

INGENIERÍA COMERCIAL

MISIÓN DE LA CARRERA

Formar Ingenieros comerciales innovadores, con visión estratégica y ética, capaces de crear valor a las ideas y proyectos de negocios, basados en conocimientos científicos, con enfoque glocal integral, prospectivo y responsabilidad social con vista al desarrollo económico, social, cultural y medioambiental del país

VISIÓN DE LA CARRERA

La Carrera se halla Acreditada, está vinculada a nivel nacional e internacional y responsabilidad social territorial, formadora de ingenieros comerciales emprendedores, visionarios, líderes, con rol académico relevante, que fomentan los cambios en el mercado con enfoque de economía circular, que cumplen un rol académico relevante a través de la innovación y el desarrollo de docencia, la investigación y la extensión.

UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
INTERCONTINENTAL



INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO GENERAL

Formar profesionales íntegros que tengan suficiente competencia, incorporando valores a los negocios, que diseñen e implementen proyectos con un enfoque integral y prospectivo para un contexto global, con uso eficiente del estudio de mercado y las herramientas tecnológicas de vanguardia aportando al desarrollo comercial del país a través de la actividad educativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar en los estudiantes los conocimientos pertinentes y de calidad, ampliando sus habilidades y actitudes, la creatividad, la práctica y el espíritu emprendedor, los cuales les permitirán detectar oportunidades e incorporar valor a los negocios.
- Potenciar el desarrollo personal y profesional para un desempeño exitoso y ético.
- Generar conocimiento científico con estudio y aplicación de ciencias empresariales aplicada a la ingeniería comercial.
- Potenciar la capacidad de inserción al medio laboral de las empresas y organizaciones; que puedan interpretar de manera inmediata la problemática y necesidades de las mismas a fin de dar respuestas continuas y eficaces.
- Formar profesionales excelentes, con enfoque global, agentes capaces de interpretar los nuevos paradigmas y tendencias de los negocios y tecnologías de la información y que contribuyan a generar el cambio económico social.

INGENIERÍA COMERCIAL

VALORES ÉTICOS DE LA UNIVERSIDAD

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL TERRITORIAL:** Implica el compromiso activo, solidario, voluntario y de calidad de la Comunidad Educativa con las diversas instituciones sociales locales, tales como organizaciones civiles, políticas, religiosas, lúdicas, orden público, militares, empresariales con vistas al mejoramiento social, económico, ambiental y cultural.
- **GESTIÓN CON CALIDAD HUMANA:** Proceso mediante el cual las acciones planificadas se orientan al reconocimiento de la dignidad humana, que se manifiesta a través de una actitud ética-profesional. Esta actitud implica responsabilidad e idoneidad en el servicio, trato respetuoso con las personas, consideración de los derechos laborales, etc., para generar condiciones de bienestar individual y colectivo.
- **DEMOCRACIA:** Implica una forma de convivencia social, basada en el respeto a la dignidad de la persona, la libertad, responsabilidad y los derechos de todos y cada uno de los miembros de la comunidad en vista al bien común.
- **UNIVERSALIDAD:** Se considera como la generación de nuevas formas abarcantes de interacción con los demás en diferentes ámbitos, como en lo político, económico, socio-cultural.

VALORES ÉTICOS DE LA UNIVERSIDAD

- **INCLUSIVIDAD:** Abre las posibilidades de acceso a la formación académica y sociocultural a todos sin distinción alguna, respondiendo a la diversidad.
- **AUTONOMÍA DE PENSAMIENTO:** Se refiere a la capacidad de las personas de procesar informaciones con criterios propios.
- **INNOVACIÓN:** Se considera como la capacidad para realizar actividades que permitan, de una manera novedosa y creativa, la prevención y solución de los problemas del entorno social.
- **JUSTICIA:** Es la voluntad constante de “dar a cada uno lo suyo”, lo cual implica, igualdad de oportunidades para acceder equitativamente a los beneficios del progreso y desarrollo social, y tiene su fundamento en la universal y radical dignidad de las personas.
- **IDENTIDAD NACIONAL:** Se manifiesta en características peculiares y diferenciadoras de toda nación, tales como: recuperar, fortalecer y mantener la memoria histórica, respetar los valores globales, regionales y locales sin perder la identidad.

INGENIERÍA COMERCIAL

CÓDIGO DE ÉTICA DE LA CARRERA

La Universidad Tecnológica Intercontinental (UTIC) es una comunidad de educación superior de gestión privada y autónoma (Art.2 de los Estatutos) y fue creada por ley N° 822 de fecha 12 de enero de 1996, en el marco de la ley 136/93 de Universidades, bajo el patrocinio de la Asociación Civil Escuela Tecnológica de Administración (ETA).

El artículo N° 3 de sus Estatutos define su compromiso, poniendo de manifiesto que “la Universidad, como expresión de su Responsabilidad Social Territorial conjuntamente con otros actores, está comprometida con el desarrollo humano-social integral y sostenible -transformación intelectual, social, económica, política, cultural y ambiental- mediante la búsqueda, creación, transmisión, aplicación del conocimiento, y la vivencia de los valores éticos”.

La Visión de la institución indica: “La UTIC, como comunidad educativa, es emprendedora, acreditada e integrada a otras instituciones nacionales e internacionales. Contribuye al desarrollo integral de la sociedad con la inserción de profesionales innovadores y en diálogo permanente con ella. Con responsabilidad social territorial, calidad y sustentabilidad articula sus funciones sustantivas de docencia, investigación, extensión y gestión” (PEI, aprobado por Resolución N° 11/15).

La UTIC tiene como Misión “Desarrollar su actividad educativa mediante la búsqueda, creación, transmisión y aplicación de conocimientos con Responsabilidad Social Territorial, enmarcada en valores éticos, propiciando la formación integral de profesionales innovadores capaces de generar la transformación intelectual, socio-económica, cultural y política en la sociedad, con apoyo de las nuevas tecnologías de la comunicación”. (PEI, resolución N° 11/15).

FINALIDAD DEL CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

El presente Código de Ética Institucional es un conjunto de principios éticos y morales que orienta a la comunidad educativa de la UTIC para lograr el desarrollo integral de cada uno de sus miembros.

INGENIERÍA COMERCIAL

PERFIL DE EGRESO

El profesional que egresa de la carrera de Ingeniería Comercial de la UTIC, da evidencia de las siguientes competencias de salida:

- 1- Aplica razonamiento analítico, creativo y crítico a insumos de los procesos y gestión administrativos, internos y externos de cualquier organización con un enfoque sistémico con ética y responsabilidad social en el ámbito universitario.
- 2- Lidera equipos de diversas disciplinas que le permiten desarrollar en forma exitosa los procesos de cambios, innovación o reingeniería.
- 3- Asume responsabilidades de dirección y liderazgo en todo tipo de organizaciones privadas, públicas, nacionales e internacionales. que le permiten desarrollar en forma exitosa los cargos.
- 4- Interpreta los procedimientos de gestión ambiental en forma adecuada a las normas nacionales e internacionales, con el fin de sustentar la viabilidad de los proyectos y emprendimientos.
- 5- Aplica el conocimiento de las normas legales y las teorías de la gestión del talento humano en el momento de las tomas de decisiones para una adecuada gestión en el ámbito laboral.
- 6- Interpreta la legislación comercial laboral tributaria, financiera y ambiental en forma eficaz

PERFIL DE EGRESO

para el desarrollo de proyectos y la toma de decisiones.

7- Valora el aporte de la cultura y la psicología para la comprensión del comportamiento de las personas dentro y fuera de la organización, su responsabilidad y vinculación socio empresarial.

8- Aplica conceptos y procedimientos de la metodología de aprendizajes para la resolución de problemas propios del ámbito universitario.

9- Asume conductas éticas y de responsabilidad social de acuerdo a normas universales establecidas para el desempeño íntegro en las actividades profesionales.

10- Emprende nuevos proyectos, negocios para crear valor con visión de futuro en todo tipo de organizaciones nacionales e internacionales.

11- Prospecta las tendencias, oportunidades y amenazas del mercado que con visión de futuro le permite estimar y definir diversos escenarios para una adecuada planificación estratégica y toma de decisiones.

12- Evalúa proyectos de inversión, con base en estudios de mercado, privados y mixtos, con criterios técnicos y normas validadas a nivel nacional e internacional con el fin de generar inversiones sustentables.

13- Lidera procesos de negociación nacional e internacional en forma eficiente para aplicar a los diversos procesos externos de las organizaciones.

14- Lidera el gerenciamiento de las actividades del área comercial con responsabilidad social, a partir de la comprensión de las necesidades de los consumidores y clientes, con vistas a garantizar su bienestar.

PERFIL DE EGRESO

15- Proyecta con eficiencia programas de marketing y ventas para todo tipo de organización, sobre la base de objetivos estratégicos con el fin de generar planes efectivos.

16- Utiliza con eficacia y eficiencia las nuevas tecnologías de la información y comunicación como soporte para el análisis, la gestión y comunicación de las informaciones contables, financieras, administrativas, comerciales y corporativas.

17- Aplica los cálculos instrumentales de la matemática y la estadística en la interpretación y resolución de problemas de negocios y de las decisiones empresariales, conforme a las perspectivas de las actividades empresariales y organizacionales.

18- Aplica correctamente las técnicas, costos, normas contables y financieras y tributarias para la evaluación y toma de decisiones vinculados a los procesos de negocios.

19- Aplica los conocimientos de Micro y Macroeconomía, con sentido analítico y crítico, sobre el comportamiento de los agentes económicos a nivel global para una adecuada toma de decisiones.

20- Aplica estrategias de desarrollo de mercados y de negociaciones, sobre la base de una correcta comprensión de la problemática del comercio internacional para ser competitivos en mundo global.

21- Emplea estrategias y técnicas comunicativas con soltura de manera oral y escrita en el ámbito organizativo gerencial para un adecuado desempeño.

22- Emplea las lenguas oficiales y extranjeras pertinentes a su profesión en un contexto glocal para un adecuado desempeño laboral.

INGENIERÍA COMERCIAL

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La Universidad asume la actividad investigativa como parte de sus funciones sustantivas en su proceso académico curricular formativo, orientado a la búsqueda, construcción y producción de nuevos conocimientos, que operan mediante actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático y progresivo.

La investigación tiene el propósito de conocer, aumentar, profundizar e innovar los conocimientos sobre un determinado fenómeno o realidad; es decir, como un proceso cognitivo de construcción de nuevos conocimientos. Por tanto, para la UTIC, la investigación cumple una función esencial para la formación universitaria, tanto en las carreras de grado como en los programas de posgrado. Por ello, para el abordaje didáctico de este proceso sustantivo de la Educación Superior, ha establecido políticas, espacios y tiempos curriculares bien definidos. Tales lineamientos se integran en las intenciones, contenidos y actividades investigativas del Proyecto Académico de la Carrera de Ingeniería Comercial en torno a las tres modalidades antes mencionadas para el desarrollo de las capacidades estudiantiles.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- **Investigación formativa:** La UTIC tiene en su Proyecto Educativo Institucional como mecanismo de implementación de la política académica institucional que, en todas las asignaturas de todas las carreras de grado y programas de posgrado, los docentes desarrollen y evalúen con una ponderación de 20%, actividades de naturaleza investigativa.

Esta investigación tiene carácter formativo y evaluación promocional, porque es dirigida y orientada por el profesor, como parte de su función docente. De este modo, los estudiantes como sujetos en formación no solo valoran la actividad investigativa, sino también califican con carácter sumativo-promocional.

En el marco de esta modalidad investigativa, los docentes preparan guías para las actividades a ser realizadas por los estudiantes, para que estos aprendan a investigar, aplicando procesos metodológicos científicos o tecnológicos.

Todas sus actividades académicas se dirigen a la consolidación de capacidades investigativas, y tienen por contenido de estudio, cada una de las asignaturas del pensum curricular, según su contexto epistemológico, campo, área, o disciplina de los saberes que aborda.

La investigación formativa se desarrolla y acredita con calificación, desde las pequeñas actividades de proceso, como así también a través de productos terminales de investigación: elaboración de monografía; diseño de proyecto de investigación científica; construcción de marco teórico; elaboración y validación de instrumentos; recolección y análisis de datos; elaboración de informe de investigación; etc.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- **Investigación Instrumental:** La investigación instrumental consiste en la formación en Metodología y Métodos de Investigación científica y/o tecnológica. Es una modalidad de preparación para aprender a investigar y para investigar efectivamente; pero se caracteriza por centrar su intencionalidad pedagógica en la apropiación teórico-conceptual, procedimental y actitudinal de diferentes procesos de investigación científica y tecnológica.

La UTIC viene implementando esta modalidad de Investigación instrumental en todas sus carreras de grado y programas de posgrado. Pedagógicamente, se podría considerar que abarca las capacidades básicas, intermedias y superiores para la instrumentación investigativa, puesto que, asume desde las técnicas de trabajo intelectual, pasando por los procesos de elaboración de proyectos científicos, producción de ensayos y monografías científicas, mediante módulos y asignaturas centradas en la Metodología de investigación Científica y Tecnológica.

Dentro del proceso formativo e instrumental, la UTIC aplica también, procesos de investigación con trabajos de culminación de carreras y programas de postgrado. Estos trabajos buscan la generación de conocimientos para su aplicación directa a los problemas de la sociedad (Investigación Básica), o la aplicación de los conocimientos ya acumulados en cuerpos conceptuales o teóricos, mediante la producción de una nueva tecnología o propuestas sustentables para la solución de los problemas sociales (Investigación Aplicada). Este proceso

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

investigativo se viene aplicando en la institución, en carreras de grado y programas de posgrado, mediante un eje de desempeño académico denominado Trabajo de Conclusión de Carreras o Programas (TCCP). Incluye procesos teórico - prácticos que involucran el diseño y aplicación de proyectos de investigación científica o tecnológica, con sus procesos de problematización o hipotetización; teorización; recolección y discusión de datos; y, sustentación y publicación de resultados.

- **Investigación productiva:** Es aquella actividad investigativa orientada intencionalmente a la creación de nuevas teorías descriptivas, explicativas o resolutorias de problemas, y la producción de nuevas soluciones sociales o tecnológicas, a partir de las teorías disponibles. La Institución, a través de la Vicerrectoría de Investigación y los Diferentes Decanatos propicia oportunidades de producción científica entre docentes y estudiantes. Para el efecto, está en proceso de creación un Centro de Investigación Científica y Tecnológica, desde el cual se desarrollarán proyectos de investigación de diferente índole, y se fomentará la producción científica, social y tecnológica, entre docentes y estudiantes, a nivel institucional e interinstitucional.

PENSUM MODALIDAD PRESENCIAL

AÑO	N°	ASIGNATURAS	TOTAL HORAS PEDAGOGICAS	TOTAL HORAS RELOJ	CODIGO	REQUISITO	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	1	METODOLOGIA DEL TRABAJO INTELLECTUAL	83	53	MTI	S/R	70	30
	2	MATEMATICA EMPRESARIAL	101	68	MAE	S/R	30	70
	3	COMUNICACION	83	55	COM	S/R	50	50
	4	ECONOMIA I – Microeconomía	106	71	ECO I	S/R	30	70
	5	ANTROPOLOGIA CULTURAL	70	47	ANT	S/R	30	70
	6	ADMINISTRACION I - Introducción	106	71	ADM I	S/R	60	40
	7	CONTABILIDAD I - Contabilidad General	115	77	CON I	S/R	30	70
	8	MATEMATICA FINANCIERA I	115	77	MAF I	MAE	50	50
	9	TALLER DE INFORMATICA	92	62	INF	S/R	30	70
TOTAL			871	581				

DIPLOMA: Auxiliar Comercial

SEGUNDO CURSO

AÑO	N°	ASIGNATURAS	TOTAL HORAS PEDAGOGICAS	TOTAL HORAS RELOJ	CODIGO	REQUISITO	Horas Teóricas	Horas Prácticas
2	1	MATEMATICA FINANCIERA II	101	67	MAF II	MAF I	30	70
	2	PSICOLOGIA SOCIAL	70	47	PSS	ANT	80	20
	3	ECONOMIA II – Macroeconomía	101	67	ECO II	ECO I	50	50
	4	PORTUGUES I	65	43	POR I	S/R	30	70
	5	CONTABILIDAD II - Contabilidad Financiera Avanzada	133	88	CON II	CON I	30	70
	6	DERECHO I - Civil y Comercial	83	55	DER II	S/R	80	20
	7	ESTADISTICA APLICADA I	97	65	EST I	MAE	30	70
	8	ADMINISTRACION II - Administración General	115	77	ADM II	ADM I	60	40
	9	DERECHO II - Laboral	88	59	DER II	DER I	50	50
TOTAL			853	568				

DIPLOMA: Asistente Comercial

TERCER CURSO

AÑO	N°	ASIGNATURAS	TOTAL HORAS PEDAGOGICAS	TOTAL HORAS RELOJ	CODIGO	REQUISITO	Horas Teóricas	Horas Prácticas
3	1	CONTABILIDAD III - Seminario Contable	115	77	CON III	CON II	30	70
	2	SOCIOLOGIA	70	47	SOC	PSS	80	20
	3	CONTABILIDAD DE GESTION I - Costo por Absorción	101	67	GES I	CON III	50	50
	4	CONTABILIDAD DE GESTION II - Costo Variable	101	67	GES II	GES I	50	50
	5	ADMINISTRACION III - Recursos Humanos	97	65	RR.HH.	ADM II	70	30
	6	PORTUGUES II	65	43	POR II	POR I	30	70
	7	ADMINISTRACION IV - Organización y Métodos	115	77	O Y M	ADM III	50	50
	8	ESTADISTICA APLICADA II	83	55	EST II	EST I	30	70
	9	DERECHO III - Tributario	106	71	DER III	DER I	60	40
TOTAL			853	569				

DIPLOMA: Técnico Comercial

CUARTO CURSO

AÑO	N°	ASIGNATURAS	TOTAL HORAS PEDAGOGICAS	TOTAL HORAS RELOJ	CODIGO	REQUISITO	Horas Teóricas	Horas Prácticas
4	1	FINANZAS EMPRESARIALES	97	65	FIE	CON II	60	40
	2	RELACIONES PUBLICAS Y HUMANAS	65	43	RPH	S/R	50	50
	3	INGLES TECNICO	83	55	ING	S/R	40	60
	4	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	83	55	INV	MTI	70	30
	5	PRESUPUESTO Y CONTROL PRESUPUESTARIO	83	55	PCP	CON III	50	50
	6	ELABORACION Y EVALUACION DE PROYECTOS	106	71	EVP	ECO II/FIE/PCP	30	70
	7	REINGENIERIA Y CALIDAD TOTAL	83	55	RCT	ADM IV	50	50
	8	COMERCIO EXTERIOR I	88	59	CEX I	S/R	50	50
	9	COMERCIO EXTERIOR II	88	59	CEX II	CEX I	50	50
	10	ELABORACION DE PROYECTOS SOCIALES	97	65	EPS	EVP	30	70
		PRACTICA PROFESIONAL – Pasantía	384	256	PPR	Alumno regular 3°Curso	20	80
TOTAL			1257	838				

DIPLOMA: Técnico en Comercio Internacional

QUINTO CURSO

AÑO	N°	ASIGNATURAS	TOTAL HORAS PEDAGOGICAS	TOTAL HORAS RELOJ	CODIGO	REQUISITO	Horas Teóricas	Horas Prácticas
5	1	MARKETING I - Introducción al Marketing	92	62	MAR I	SOC	50	50
	2	ETICA PROFESIONAL	65	44	ETI	S/R	80	20
	3	MARKETING II - Investigación de Mercado	92	61	MAR II	MAR I	50	50
	4	COMERCIO Y MARKETING ELECTRONICO	83	55	CME	CEX II/MAR II	70	30
	5	MARKETING III - Internacional	101	67	MAR III	MAR II	50	50
	6	ADMINISTRACION V - Financiera	101	67	AFI	EVP/FIE/PCP	70	30
	7	TECNICA DE CREACION DE NUEVAS EMPRESAS	101	67	TCE	MAR III/AFI/OYM	30	70
		SEMINARIO DE TESIS	553	369	SEM	Todos los anteriores	30	70
TOTAL			1188	792				

TOTAL HORAS DE LA CARRERA

5022

3348

DEFENSA DE TESIS

TITULO: INGENIERIO/A COMERCIAL