



ucm

UNIVERSIDAD CATOLICA DEL MAULE

Perfil de egreso Ingeniero/a Comercial

El(La) Ingeniero(a) Comercial egresado(a) de la Universidad Católica del Maule posee una visión integral de la sociedad que le permite desempeñarse en los dominios de la Gestión de organizaciones, Investigación aplicada y Análisis de mercado, con el objeto de proponer soluciones pertinentes a las demandas y necesidades de distintas entidades en el contexto económico, financiero, comercial y, de gestión empresarial considerando una comprensión interdisciplinaria del entorno. En su formación inicial realiza un bachiller durante sus primeros dos años, que le permiten tener una visión general de las ciencias sociales y económicas.

El(La) egresado(a), demuestra competencias en su actuar al asumir funciones directivas y ejecutivas con una orientación hacia el trabajo colaborativo de organizaciones, proyectos e intervenciones a nivel nacional, regional y local a través de una mirada integradora de las Ciencias Sociales. Está habilitado para ejercer libremente la profesión y emprender, considerando los métodos de investigación aplicados a las ciencias de la administración y la economía.

Se espera, a partir de la formación recibida, que el egresado de la Universidad Católica del Maule oriente su ejercicio profesional según la formación valórica cristiana recibida y los principios éticos específicos de la profesión, para enfrentar actividades y problemas buscando el desarrollo sustentable.

Capacidades Adquiridas

Dominios

Gestión de Organizaciones: Lidera y participa en las etapas del proceso administrativo considerando cada una de las áreas funcionales de la organización. Además, evalúa y/o asesora posibilidades de emprendimiento considerando como eje de desarrollo las personas y la sociedad que integra.

Análisis de Mercado: Diseña e implementa estudios de mercados para identificar y dar propuestas de resolución de problemas en organizaciones de distinta naturaleza considerando los efectos económicos y sociales del entorno.

Investigación Aplicada: Desarrolla investigación aplicada que permita dar respuesta a problemas específicos de las organizaciones y la sociedad que integra.

Competencias

1. Gestionar organizaciones, proyectos e intervenciones orientándose al trabajo colaborativo y con apertura a la diversidad social.
2. Proponer iniciativas pertinentes a las demandas y necesidades de entidades diversas, en base a una comprensión integral de los fenómenos y los contextos sociales.
3. Realizar investigaciones que contribuyan al desarrollo del conocimiento científico y aplicado en contextos propios de su proceso formativo.
4. Demostrar coherencia ética entre sus postulados valóricos y sus acciones, respetando los derechos humanos y participando activamente en las organizaciones comunitarias, haciendo primar la responsabilidad social desde una perspectiva cristiana.
5. Desarrollar la identidad regional, generando instancias de integración recíproca entre la Universidad y la comunidad.
6. Comunicar ideas, tanto en la lengua materna como en el idioma inglés, haciendo uso de las tecnologías de la información para desenvolverse en diversos escenarios, dando soluciones a diversas problemáticas de la especialidad.

INGENIERÍA COMERCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS • UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL MAULE

PRIMER AÑO		SEGUNDO AÑO		TERCER AÑO		CUARTO AÑO		QUINTO AÑO	
I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Introducción a las Ciencias Sociales	Fenómenos y Contextos Sociales	Territorios y Actores Socioeconómicos	Organizaciones	Administración	Gestión de Personas	Estrategia	Práctica Inicial	Práctica Profesional	Taller Profesional
	Historia Social y Política de Chile			Derecho y Empresa	Cálculo Financiero y Presupuestario	Gestión del Cambio Organizacional	Implementación Estratégica	Contabilidad Gerencial	
Matemática Aplicada a la CCSSEE I	Matemática Aplicada a la CCSSEE II	Metodología Cuantitativa	Estadísticas para las Ciencias Sociales y Administrativas	Inferencia Estadística para Economía y Negocios	Organización Industrial	Econometría	Gestión de Operaciones	Estrategia Financiera	
Epistemología de las CCSS	Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales	Metodología Cualitativa	Taller de Diseño de Proyectos de Investigación	Contabilidad Financiera	Contabilidad de Gestión	Gestión Financiera	Investigación de Mercados	Seminario de Investigación	Tesis
Economía y Sociedad	Macroeconomía	Microeconomía	Economía y Territorio	Macroeconomía para la Gestión	Emprendimiento	Innovación Empresarial	Formulación y Evaluación de Proyectos	Diseño de Negocios	Electivo I
Comunicación Oral y Escrita	Comunicación para la Investigación	Profundización I	Profundización II	Marketing II	Certificación I	Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial			Electivo II
TIC's para las CCSSEE	Inglés I	Inglés II	Inglés II	Introducción a la Fe	Ética Cristiana	Certificación II	Certificación III		Electivo III

- Este itinerario formativo es referencial de las asignaturas de la carrera y no contiene los créditos y pre-requisitos.
- Producto de las políticas de innovación curricular de la UCM y lo exigido por el sistema de educación superior chileno, este itinerario formativo puede encontrarse sujeto a modificaciones.