

# INGENIERÍA COMERCIAL

| SEMESTRE 1 | SEMESTRE 2 | SEMESTRE 3 | SEMESTRE 4 | SEMESTRE 5 | SEMESTRE 6 | SEMESTRE 7 | SEMESTRE 8 | SEMESTRE 9 | SEMESTRE 10 |
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|

|   |                              |                       |                        |                             |                         |   |                                |   |                      |
|---|------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------------|---|--------------------------------|---|----------------------|
| Administración  | Cálculo I                    | Cálculo II            | Gestión Estratégica    |                             | Derecho de la Empresa   | Sistemas de Información para la Gestión | Dirección Estratégica          | Seminario de Título y Ética Profesional | Taller de Titulación |
| Álgebra I   | Contabilidad I               | Costos y Presupuestos | Finanzas               | Finanzas Corporativas       |                         |   | Ética y Responsabilidad Social | Taller de Integración Profesional       |                      |
|   | Estadística y Probabilidades | Microeconomía         | Macroeconomía          | Econometría                 | Evaluación de Proyectos | Comercio Internacional                  | Políticas Económicas           |   |                      |
| Introducción Profesional                              | Herramientas de Software     | Branding              | Gestión de Operaciones | Innovación y Emprendimiento | Liderazgo y Negociación | Conducta del Consumidor                 | Taller de Empresas y Negocios  |   |                      |
|   |                              | Marketing             | Brand Management       | E-Marketing                 | Marketing Estratégico   | Estudios de Mercado                     | Taller de Gestión Comercial    |   |                      |
|   |                              |                       |                        | Promoción y Ventas          | Estrategia Publicitaria | Estrategias de Costos Publicitarios     |                                |   |                      |
| Taller de Aprendizaje                                 |                              | Gestión del Talento   | Inglés I               | Inglés II                   | Inglés III              | Inglés IV                               | Taller de Negociación          |   |                      |
| Taller de Habilidades Comunicacionales y Relacionales | Taller de Vida Universitaria | Formación General I   | Formación General II   | Formación General III       | Formación General IV    | Formación General V                     | Formación General VI           |   |                      |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <span style="color: green;">■</span> Formación Universitaria | <span style="color: #c00040;">■</span> Dirección Estratégica Organizacional | <span style="color: #0070c0;">■</span> Titulación |
| <span style="color: #00a0e0;">■</span> Formación General     | <span style="color: #f4a460;">■</span> Entorno Económico y Sociedad         |   |
|  | <span style="color: #8064b0;">■</span> Gestión Comercial y Marketing        |   |

• El esquema de asignaturas es referencial y podría tener modificaciones. Las condiciones de ejecución de las actividades prácticas de titulación y/o de obtención de grado, están disponibles en los reglamentos de la Universidad.

EXAMEN DE TÍTULO Y GRADO

**Título Profesional**  
Ingeniero(a) Comercial

**Grado Académico**  
Licenciado(a) en Ciencias de la Administración de Empresas

**Duración**  
10 semestres

**Modalidad/Jornada**  
Online

**Perfil de Egreso**  
La egresada y el egresado de Ingeniería Comercial de Universidad UNIACC, es un(a) profesional formado(a) en la ciencia administrativa, finanzas, gestión de personas y economía, con especial énfasis en gestión comercial y marketing, con sentido analítico, innovador y ético en su actuar. Su formación disciplinar de base le permite gestionar, con una mirada estratégica, organizaciones y empresas, pudiendo además emprender y tomar decisiones en torno a las nuevas exigencias del medio, con perfil innovador y creativo, contribuyendo de manera permanente y diferenciada al desarrollo social, cultural y económico del país. A partir del enfoque anterior identifica, investiga e interpreta los fenómenos administrativos y económicos del entorno organizacional, utilizando el control estratégico de la gestión y las herramientas tecnológicas, adaptándose a los cambios y proponiendo acciones que lo(la) orienten y conduzcan de manera positiva hacia el logro de objetivos y propósitos.

- Campo Ocupacional**
- Gestión desde la perspectiva estratégica organizacional.
  - Consultoría o asesoría de empresas de distintos tamaños.
  - Emprendimientos.
  - Gestión administrativa y comercial, en las diversas áreas que componen el ámbito de la administración.