

Universidad Católica de Santiago del Estero

Universidad Católica
de Santiago del Estero
Scientia Deo Et Patriae Servire



Licenciatura en Comercialización

Título

Licenciado en Comercialización

Duración

4 años

PERFIL DEL EGRESADO

El conjunto de conocimientos y capacidades que el título acredita a los egresados es:

Poseer una visión integradora de la estrategia corporativa de una organización.

Percibir las diversas necesidades y deseos de la demanda de los consumidores y saber cómo satisfacerlas en un contexto tecnológico y social cambiante.

Desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo sobre diversas problemáticas que se le presenten en su actividad.

Adaptarse al entorno externo a través de una visión estratégica que identifique las oportunidades y amenazas del mercado.

Adquirir un conocimiento amplio sobre las diversas técnicas que se utilizan en la gestión de comercialización.

Diagnosticar y seleccionar alternativas estratégicas y tácticas en las diversas funciones comerciales y en el proceso de toma de decisiones.

Para más información: www.ucse.edu.ar

PLAN DE ESTUDIOS

Primer año

- Sistema de información contable
- Matemática
- Principios de derecho
- Filosofía
- Administración general
- Introducción a la economía

Segundo año

- Fundamentos de comercialización
- Costos
- Estadística
- Estadística I
- Teología
- Microeconomía
- Cálculo financiero
- Macroeconomía

Tercer año

- Derecho comercial
- Doctrina social de la Iglesia
- Investigación de mercado
- Comportamiento del consumidor
- Política y dirección de marketing
- Desarrollo de productos
- Electiva I

Cuarto año

- Logística comercial
- Ética
- Política de precios
- Estrategias de comunicación
- Marketing internacional
- Electiva II
- Electiva III
- Seminario de integración y entrenamiento profesional

Electivas I (3° año)

- Administración financiera
- Gestión y control del negocio
- Recursos humanos
- Administración de la producción
- Sistemas y procesamiento de datos
- Investigación operativa
- Organización de empresas

Electivas 2 y 3 (4° año)

- Marketing de servicios
- Creatividad e innovación
- Publicidad y técnicas de ventas
- Calidad total
- Técnicas de negociación
- Sociología
- Comercio internacional
- Derecho internacional público y privado

ALCANCES DEL TÍTULO

En función del perfil del título y de los contenidos curriculares de la carrera el egresado resulta competente para realizar algunas de las actividades que se detallan a continuación:

- Analizar cualitativamente y cuantitativamente los mercados locales e internacionales.
- Estudiar las necesidades, deseos y comportamiento de los consumidores.
- Diseñar, formular, seleccionar e implementar estrategias y tácticas competitivas.
- Desarrollar un plan operativo de marketing.
- Crear, diseñar y desarrollar el lanzamiento de nuevos productos y servicios.
- Determinar estrategias de logística y canales de distribución.
- Analizar la estructura de costos de comercialización de productos y servicios.
- Analizar la sensibilidad de políticas y fijación de precios.
- Estudiar lo referente a estrategias de comunicación.
- Seleccionar y dirigir equipos de ventas.
- Percibir, analizar y validar oportunidades en el mercado externo y del comercio internacional.