

ADVANCE INGENIERÍA COMERCIAL

SEMESTRE 1		SEMESTRE 2		SEMESTRE 3		SEMESTRE 4		SEMESTRE 5		SEMESTRE 6
Fundamentos Numéricos (*) (20 semanas)		Estadística y Probabilidades (20 semanas)		Microeconomía (20 semanas)		Macroeconomía (20 semanas)		Evaluación de Proyectos (20 semanas)		Taller de Titulación (20 semanas)
Administración (*) (10 semanas)		Costos y Presupuestos (20 semanas)		Finanzas (20 semanas)		Finanzas Corporativas (20 semanas)		E-Marketing (10 semanas)	Econometría (10 semanas)	Políticas Económicas (10 semanas)
Marketing(*) (10 semanas)	Promoción y Ventas (10 semanas)	Contabilidad (20 semanas)		Marketing Estratégico (20 semanas)		Dirección Estratégica (20 semanas)		Conducta del Consumidor (20 semanas)		
		Gestión del Talento (10 semanas)		Branding (10 semanas)	Comercio Internacional (20 semanas)					
	Ética y Responsabilidad Social (10 semanas)	Cálculo I (10 semanas)	Inglés I (10 semanas)	Cálculo II (10 semanas)	Estrategías de Costos Publicitarios (10 semanas)	Inglés II (10 semanas)	Taller de Gestión Comercial (10 semanas)	Inglés III (10 semanas)	Inglés IV (10 semanas)	
							Taller de Integración Profesional (*) (20 semanas)			

EXAMEN DE TÍTULO Y GRADO

- Dirección Estratégica Organizacional
- Entorno Económico y Sociedad
- Gestión Comercial y Marketing
- Titulación

(*) Solo para carreras que califiquen al plan de 6 semestres

• 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.

Título Profesional
Ingeniero(a) Comercial

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

Duración
4 o 6 semestres dependiendo del título previo y área de conocimiento.

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.