

# UM

UNIVERSIDAD DE MORÓN

## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



### Licenciatura en Comercialización

Modalidad a Distancia

## Licenciatura en Comercialización

### Modalidad a Distancia

#### Plan de Estudios

##### Primer Año

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20801	ÁLGEBRA	CU	4	—	—
20401	ECONOMÍA	CU	4	—	—
20340	CONTABILIDAD GENERAL	CU	6	—	—
20542	HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL GENERAL	CU	3	—	—
20948	LÓGICA Y METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS	CU	4	—	—
20802	ANÁLISIS MATEMÁTICO I	CU	6	20801(A)	20801(A)
20135	ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	CU	5	—	—
20201	COMERCIALIZACIÓN	CU	4	—	—
20701	DERECHO PRIVADO CIVIL Y COMERCIAL	CU	4	—	—

##### Segundo Año

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20702	DERECHO EMPRESARIO I	CU	4	20701(A)	20701(A)
20402	MICROECONOMÍA	CU	4	20401(A), 20802(A)	20401(A), 20802(A)
20543	HISTORIA ECONÓMICA Y SOCIAL ARGENTINA	CU	3	20542(A)	20542(A)
20303	COSTOS Y GESTIÓN	CU	4	20340(A), 20801(A)	20340(A), 20801(A)
20202	ENVASES Y EMBALAJES	CU	4	20201(A)	20201(A)
20803	ESTADÍSTICA GENERAL	CU	4	20802(A)	20802(A)
20105	PLANEAMIENTO Y CONTROL DE GESTIÓN	CU	4	20135(A), 20303(A)	20135(A), 20303(A)
20203	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	CU	4	20201(A)	20201(A)
20951	SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	CU	4	—	—

##### Tercer Año

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20106	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	CU	4	20135(A)	20135(A)
20411	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	CU	4	20402(A), 20803(A), 20948(A)	20402(A), 20803(A), 20948(A)
20307	INTERPRETACIÓN DE ESTADOS CONTABLES	CU	4	20303(A)	20303(A)
20809	ANÁLISIS Y CÁLCULO FINANCIERO	CU	4	20802(A)	20802(A)

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20703	DERECHO EMPRESARIO II	CU	4	20702(A)	20702(A)
20204	LOGÍSTICA	CU	4	20202(A)	20202(A)
20205	PRODUCTO	CU	4	20202(A), 20204(A)	20202(A), 20204(A)
20223	POLÍTICA DE PRECIOS	CU	5	20201(A), 20303(A), 20402(A)	20201(A), 20303(A), 20402(A)

Título Obtenido: Técnico Superior en Comercialización

#### Cuarto Año

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20224	COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	CU	4	20205(A), 20223(A)	20205(A), 20223(A)
20208	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE VENTAS	CU	4	20106(A), 20203(A), 20223(A)	20106(A), 20203(A), 20223(A)
20812	TÉCNICAS CUANTITATIVAS APLICADAS AL PROCESO DECISORIO	CU	4	20105(A), 20803(A)	20105(A), 20803(A)
20209	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS	CU	4	20205(A), 20223(A)	20205(A), 20223(A)
20210	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	CU	4	20205(A), 20504(A)	20205(A), 20504(A)
20212	SEMINARIO DE PLANEAMIENTO Y ESTRATEGIA COMERCIAL	CU	4	20205(A), 20411(A)	20205(A), 20411(A)
20213	SEMINARIO DE APLICACIÓN PROFESIONAL	CU	6	20224(A), 20411(A), 20812(A)	20224(A), 20411(A), 20812(A)

#### Creditos Obligatorios

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
30501	INGLES NIVEL I	CU	4	—	—
30502	INGLES II	CU	4	30501(A)	30501(A)
30001	INFORMATICA NIVEL I	CU	3	—	—
30002	INFORMATICA II	CU	3	30001(A)	30001(A)

#### Créditos Optativos

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
30503	INGLES III(A)	CU	4	30502(A)	30502(A)
30504	INGLES IV(A)	CU	4	30503(A)	30503(A)
20541	LENGUA Y CULTURA CHINA(A)	CU	4	—	—
20529	PORTUGUÉS I(A)	CU	4	—	—
20116	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN(B)	CU	4	—	—
20118	LIDERAZGO(B)	CU	4	—	—
20123	NEGOCIACIÓN Y MEDICACIÓN(B)	CU	4	—	—
20138	EMPRENDEDURISMO Y DESARROLLO EMPRESARIAL(B)	CU	4	20135(A), 20701(A)	20135(A), 20701(A)
20427	MERCADO DE CAPITALES(B)	CU	4	20803(A), 20809(A)	20803(A), 20809(A)
20505	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA(C)	CU	4	—	—
20510	CIENCIA POLÍTICA(C)	CU	4	20702(A)	20702(A)
20950	TRABAJO EN EQUIPO(C)	CU	4	—	—

Código	Asignatura	Duración	Carga Horaria	Correl. Cursos	Correl. Examen
20225	TALLER DE APLICACIÓN EN SERVICIOS(C)	CU	4	20201(A), 20209(A)	20201(A), 20209(A)

Título Obtenido: Licenciado en Comercialización

## La Carrera

Dedicarse a la Comercialización requiere tener la mente abierta, para apreciar aquello que es común de la gente no ve y así descubrir necesidades insatisfechas, ideas mal implementadas, oportunidades desperdiciadas por otros. Se estudian en esta carrera temas como investigación de mercados, producto, marca, distribución, logística, precios, estrategias, posicionamiento, plan de negocios, venta, medios, etc.



El plan de estudios te brinda todos los elementos necesarios para ser distinto, diferente, mejor comerciante y las herramientas para analizar: los contextos, los mercados, la competencia y las formas para definir qué soluciones, información, valor y acceso necesitan los clientes para que un negocio sea exitoso.

### Empresas que Confían en nosotros para capacitar a su personal:



## Perfil del Alumno

En general son alumnos interesados en las marcas, la comunicación y el entorno empresarial. Inquietos por conocer más y flexibles para adaptarse a nuevas situaciones. Tienen, capacidad de comunicación, empatía, capacidad de negociación y tolerancia a la frustración

Aparte de las habilidades técnicas en finanzas, medios 'online' y gestión de equipos; cobran cada vez más importancia el desarrollo de habilidades ligadas a la gestión de la información y a la toma de decisiones, y que han dado lugar a conceptos como el de 'Data Mining'; a todos esos conocimientos se accede en esta propuesta.

Al ser profesionales se les exige rigor y eso implica medir, planificar, prever, y algo que añade mucho en estos días es “la vocación comercial”, sin ella todo es más difícil.

## Perfil del Profesional

Estará preparado para aplicar criterios y adoptar actitudes que permitan enfocar e interrelacionar los distintos aspectos del “marketing” con una óptica psico-sociológica, además de la tradicional técnico-cuantitativa.

Debe crear valor económico y satisfacer la demanda dentro del campo estratégico, reconociendo los derechos y los requerimientos del consumidor y su responsabilidad en el ejercicio de su actividad.

Abarcar los procesos de desarrollo de productos, logística, impulsión y precio.

Elaborar y dirigir estrategias de posicionamiento y de publicidad para las empresas y sus productos.

Realizar tareas de investigación sobre mercado, consumidor, producto, comunicación e imagen de la organización.

Implementar herramientas propias de la actividad en su concepto más amplio y avanzado, incluyendo la generación de modelos para la simulación de situaciones afines con su especialidad.

Adaptar conductas que manifiesten capacidad de análisis, objetividad de valoración y reflexión equilibrada para la toma de decisiones en su área de influencia, formación permanente y propedéutica.

## Cómo se Estudia en la Modalidad

Al inscribirte en la Universidad recibirás un mensaje de bienvenida en el que te indicarán tu nombre de usuario y una contraseña, para ingresar al Campus Virtual.

A partir de este momento contás con:

- ✓ Un curso introductorio a la modalidad gratuito y opcional.
- ✓ Un equipo de tutores con formación de posgrado en modelos educativos para educación a distancia en todos los cursos
- ✓ Materiales diseñados por expertos en contenidos, procesamiento didáctico y diseño multimedia
- ✓ Contacto con el docente cada 48 hs., en cada curso

- ✓ Organización del trayecto formativo apropiada para el logro de las expectativas de aprobación
- ✓ Participación opcional y gratuita en proyectos de investigación
- ✓ Participación opcional y gratuita en proyectos de extensión universitaria
- ✓ Posibilidad de realizar como cursos, todas las asignaturas
- ✓ Supervisores académicos en todas las carreras
- ✓ Mesa de ayuda para problemas tecnológicos de 10.00 a 19.00hs.

