

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL Titulo Intermedio: Técnico Universitario en Comercio Internacional Doble Titulación Posible : Licenciatura en Marketing		LICENCIATURA EN MARKETING (COMERCIALIZACION) Titulo Intermedio: Analista Universitario de Mercado y Estrategias de Comercialización	
<p>Plan de estudio: <u>1er. AÑO</u> Primer Semestre ADMINISTRACIÓN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DESARROLLO EMPRENDEDOR HERRAMIENTAS MATEMÁTICAS I - ÁLGEBRA IDIOMA EXTRANJERO I INTRODUCCION AL COMERCIO EXTERIOR Segundo Semestre CONTABILIDAD BÁSICA Y DE GESTIÓN EXPORTACIONES GEOGRAFÍA ECONÓMICA HERRAMIENTAS MATEMÁTICAS II - ANÁLISIS - IDIOMA EXTRANJERO II MARKETING I</p> <p><u>2do. AÑO</u> Tercer Semestre ECONOMÍA I HERRAMIENTAS MATEMÁTICAS III - ESTADÍSTICA I - IDIOMA EXTRANJERO III IMPORTACIONES INVESTIGACIÓN DE MERCADO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL Cuarto Semestre DERECHO ADUANERO ECONOMÍA II ESTRATEGIA HERRAMIENTAS MATEMÁTICAS V - ESTADÍSTICA II - IDIOMA EXTRANJERO IV</p>	<p><u>3er. AÑO</u> Quinto Semestre ECONOMÍA INTERNACIONAL IDIOMA EXTRANJERO V MARCO LEGAL DE LAS ORGANIZACIONES MARKETING INTERNACIONAL POLÍTICA INTERNACIONAL TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Sexto Semestre DIRECCIÓN GENERAL FINANZAS INTERNACIONALES IDIOMA EXTRANJERO VI MARCO LEGAL INTERNACIONAL SEMINARIO DE PRÁCTICA DE COMERCIO INTERNACIONAL ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL</p> <p><u>4to. AÑO</u> Séptimo Semestre EMPRENDIMIENTOS UNIVERSITARIOS IDIOMA EXTRANJERO VII PROCESOS DE INTEGRACION REGIONAL PRÁCTICA PROFESIONAL DE COMERCIO INTERNACIONAL TRANSPORTES, CARGAS Y SEGUROS Octavo Semestre IDIOMA EXTRANJERO VIII INSTITUCIONES POLÍTICAS Y GUBERNAMENTALES PRÁCTICA SOLIDARIA SEMINARIO FINAL DE COMERCIO INTERNACIONAL TECNICA BANCARIA Y CAMBIARIA</p>	<p>Plan de estudio: <u>1er. AÑO</u> Primer Semestre ADMINISTRACIÓN COMP. DEL CONSUMIDOR DESARROLLO EMPRENDEDOR HERRAMIENTAS MAT I - ÁLGEBRA - IDIOMA EXTRANJERO I SOCIOLOGÍA GENERAL Segundo Semestre HERRAMIENTAS MAT II - ANÁLISIS - IDIOMA EXTRANJERO II MARKETING I MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL RECURSOS INFORMÁTICOS TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN</p> <p><u>2do. AÑO</u> Tercer Semestre COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL ECONOMÍA I HERR MAT III - ESTADÍSTICA I - IDIOMA EXTRANJERO III INVESTIGACIÓN DE MERCADO MARKETING II Cuarto Semestre ECONOMÍA II ESTRATEGIA H MAT IV - INVESTIGACIÓN OP. IDIOMA EXTRANJERO IV PUBLICIDAD ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL</p>	<p><u>3er. AÑO</u> Quinto Semestre ESTRATEGIAS Y MÉTODOS DE CAPACITACIÓN GRUPO Y LIDERAZGO IDIOMA EXTRANJERO V METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS PRINCIPIOS DE DERECHO LABORAL Sexto Semestre HISTORIA DEL TRABAJO IDIOMA EXTRANJERO VI PROGRAMA DE ASISTENCIA INTEGRAL SEGURIDAD E HIGIENE LABORAL SEMINARIO DE PRÁCTICA DE RECURSOS HUMANOS ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL</p> <p><u>4to. AÑO</u> Séptimo Semestre EMPRENDIMIENTOS UNIVERSITARIOS GESTIÓN AMBIENTAL MEDIACIÓN ARBITRAJE Y NEGOCIACIÓN PRÁCTICA PROFESIONAL DE RECURSOS HUMANOS TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA MOTIVACIÓN Y PROMOCIÓN</p> <p><u>Octavo Semestre</u> EMPRESAS DE FAMILIA INSTITUCIONES POLÍTICAS Y GUBERNAMENTALES RELACIONES SINDICALES SEMINARIO FINAL DE RECURSOS HUMANOS SOCIOLOGÍA DEL PODER</p>
<p>Principales áreas de desarrollo profesional de un Licenciado en Comercio Internacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas públicas y privadas, nacionales o internacionales. • Empresas de cualquier envergadura, donde podrás desempeñarte como ejecutivo en el área de Comercio Internacional. • Como especialista en empresas de servicios vinculadas al comercio internacional como bancos, freight-forwarders, logística, seguros, estudios de mercado, etc. • Como asesor externo en el desarrollo de políticas y estrategias de penetración en mercados internacionales. • Como integrante de equipos interdisciplinarios, para desarrollar proyectos de inversión 		<p>Principales áreas de desarrollo profesional de un Licenciado en Comercialización (Marketing):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pymes, medianas empresas, grandes empresas y multinacionales. • Departamento de Marketing o Área Comercial de todo tipo de organizaciones. • Como líder encargado o gerente de producto. • Como profesional independiente en tareas de consultoría, asesorando a las empresas en áreas específicas. 	