



Perfil de Egreso

Ingeniería Comercial

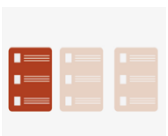
Carrera de Ingeniería Comercial
Facultad de Ingeniería y Negocios
Universidad de Las Américas

El presente documento forma parte del Plan de Estudios de las carreras de la Universidad de Las Américas. El Plan de Estudios es una explicitación del proceso formativo universitario, por tanto, en él se describen los conocimientos, habilidades y actitudes que el estudiante debe desarrollar a lo largo de su formación técnica y/o profesional. Los elementos constitutivos del Plan de Estudios se sistematizan a través de los siguientes documentos curriculares:



FICHA RESUMEN PLAN DE ESTUDIOS

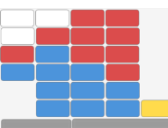
La ficha de resumen contiene la identificación básica de cada carrera. En esta se indica facultad, nombre de la carrera, título y/o grado que otorga, régimen de estudios, descripción de asignaturas, decano, director de Escuela y descripción de asignaturas.



PERFIL DE EGRESO

UDLA define el Perfil de Egreso del estudiante como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores que se espera que el alumno tenga, domine y manifieste luego de haber aprobado todas las asignaturas de la malla curricular de su carrera e instancias evaluativas finales que son condición para su egreso y titulación, y que le permitirán un desempeño profesional o técnico competente.

Usted está
en este
documento



MALLA CURRICULAR

La Malla Curricular de cada carrera corresponde a la representación gráfica de la distribución de los ciclos formativos, ámbitos de formación y las asignaturas contempladas en el Plan de Estudios.



PROGRAMA DE ASIGNATURA

El Programa de Asignatura es un instrumento curricular dirigido a profesores, ayudantes y alumnos. Brinda orientaciones específicas para implementar cada asignatura de una carrera dentro y fuera de la sala de clases. Se organiza en torno a resultados de aprendizaje, conocimientos, experiencias de aprendizaje, métodos y estrategias de enseñanza y aprendizaje, tareas de evaluación, instrumentos de evaluación e indicadores de logro.



DOCUMENTACIÓN DE PRÁCTICAS

En esta sección se integra la documentación vinculada a los procesos de práctica de cada carrera. Se incluyen instructivos y reglamentos que rigen la o las prácticas realizadas por los estudiantes de la carrera.



DOCUMENTACIÓN DE TÍTULOS Y GRADOS

En esta sección se presenta la documentación vinculada a los procesos de graduación y titulación de los estudiantes de la carrera. Primero, se integra el Reglamento de Graduación y Titulación institucional y, luego, el reglamento u orientaciones específicas de la carrera.

Máximo Bosch Passalacqua

Decano de Facultad de Ingeniería y Negocios

Marlene Contreras Peralta

Directora de Escuela de Ingeniería Comercial

Comité Curricular

Iván Araya Canelo

Claudia Valdivia Galvez

Doriana Águila Roa

Marcelo Sanzana Saavedra

Wilhem Camus Celis

Milka Palma Flores

Manuel Hidalgo Apablaza

Alejandra Rubio Muñoz

Francisco Arteaga Neira

Antonio Villarroel Villarreal

George Wulf Sotomayor

Juan Pablo Würth Gatica

Carlos Gonzalez Martínez

Carola Parra Cerón

Abril, 2015

Este documento presenta el Perfil de Egreso de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ingeniería y Negocios de la Universidad de Las Américas.

PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

El egresado de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Las Américas es un profesional capaz de llevar adelante procesos de diseño, ejecución y control en la gestión de una Organización, ejerciendo liderazgo y motivación en los equipos de trabajo.

Posee conocimientos de las Ciencias de la Administración, de Contabilidad, de Economía, de Ciencias Sociales, de Matemáticas y Estadística, además de los propios de la profesión como Teoría Financiera, Marketing, Gestión de Recursos Humanos, Evaluación de Proyectos y Estrategia Corporativa.

Será un profesional enfocado al logro de resultados, con habilidades de autoaprendizaje y autogestión, quien se identificará por su desempeño con orientación a sus clientes, trabajo en equipo y capacidad de comunicarse efectivamente.

El diagnóstico y la elaboración de soluciones para las problemáticas propias de las organizaciones las realiza desde una aproximación humanista y de respeto a la diversidad de las personas, de su cultura y de su contexto.

Para la toma de decisiones y resolución de problemas posee capacidad de conceptualizar, analizar y sintetizar y aplica un pensamiento reflexivo, metódico y sistemático.

Asimismo, se espera que el egresado de la Universidad de Las Américas haga uso de sus conocimientos y capital intelectual en su desempeño laboral con un actuar ético, comprometido con el trabajo bien hecho, eficiente y sustentable, atendiendo al cuidado de las personas y el medio ambiente de forma tal que contribuya a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

El ingeniero comercial de la Universidad de las Américas podrá actuar en distintos ámbitos profesionales, entre ellos:

1. Organizaciones privadas y públicas: empresas del sector financiero, de seguros, del comercio así como las de los ámbitos salud y educación, y otras de cualquier giro y tamaño, que requieran una gestión estratégica y funcional, especialmente en lo relacionado con marketing y finanzas.
2. Entidades públicas: como gobierno central, municipalidades y gobiernos locales; en organizaciones no gubernamentales y otras sin fines de lucro.
3. Emprendimiento. Será capaz de crear y conducir nuevos negocios, trabajos propios o emprendimientos personales, detectando y aprovechando los recursos y oportunidades del mercado.

Resultados de aprendizaje genéricos

Al completar el Plan de Estudios, se espera que el egresado de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Las Américas sea capaz de:

1. Desarrollar la búsqueda y procesamiento de información procedente de fuentes diversas, aplicando destrezas de abstracción, análisis y síntesis en el contexto de su desempeño profesional
2. Identificar, plantear y resolver problemas, evidenciando la toma de decisiones de manera autónoma en contextos laborales
3. Desempeñarse en nuevas situaciones, para aprender y actualizar permanentemente, promoviendo una actitud crítica y autocrítica frente a las circunstancias cotidianas de su profesión.
4. Comunicar ideas de manera oral y escrita en el contexto de su profesión.
5. Comunicar en inglés a nivel básico conceptos e ideas relacionadas con su área de desempeño laboral.
6. Interactuar con las demás personas y trabajar en equipo en los diversos contextos vinculados a su profesión.
7. Investigar sobre diversos temas relacionados con su profesión, demostrando la capacidad de profundizar, argumentar y comprobar coherente y sistemáticamente sus ideas en contextos laborales.
8. Formular y gestionar proyectos en el contexto del desarrollo laboral.

Resultados de aprendizaje específicos

Al completar el Plan de Estudios, se espera que el egresado de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Las Américas sea capaz de:

1. Demostrar en el desarrollo de sus tareas, capacidades de comprensión de las necesidades de sus diversos clientes (mandantes y/o usuarios) para la adecuada elaboración de soluciones.
2. Dirigir y liderar organizaciones, empresas, equipos de trabajo demostrando: habilidades técnicas sobre una base científica y personales sobre una base ética.
3. Elaborar, ejecutar y controlar planes estratégicos de una organización, departamento o área de la empresa: considerando capital humano, equipamiento, tecnología, tiempo y recursos financieros.
4. Diseñar, gestionar y controlar proyectos en las distintas áreas de la empresa, utilizando como base los conceptos, modelos y teorías de las ciencias administrativas.
5. Administrar los procesos relacionados con la dirección y gestión, con aspectos financieros, de marketing y/o de gestión de recursos humanos, en contextos de mercado nacional e internacional y en concordancia con la estrategia general y funcional de la empresa.
6. Diseñar y preparar estados, reportes e información sobre los resultados de la empresa, tanto a nivel gerencial como funcional, con énfasis en las áreas de finanzas y marketing, y analizando información del mercado.

Resultados de aprendizaje específicos (continuación)

7. Identificar señales de distintos mercados caracterizando los distintos roles y agentes de cada uno de ellos y analizar posibles efectos amenazas y oportunidades para la organización para formular acciones Estratégicas.
8. Gestionar las TIC propias del quehacer administrativo.
9. Utilizar herramientas cuantitativas para analizar, establecer relaciones de causalidad entre las variables y dar solución a problemas de mercado y de la organización.
10. Desarrollar habilidades y fortalezas para ejercer el liderazgo de los equipos de trabajo a su cargo, gestionado el talento y el desafío del cambio organizacional.
11. Elaborar y proponer soluciones innovadoras y creativas que se constituyen en un activo de valor para la organización y sus grupos de interés.
12. Detectar en las problemáticas de las organizaciones la mayor complejidad asociado al tamaño, la diversidad, descentralización, estructura organizacional, etapa crecimiento o involución y la adaptación que debe realizarse en las distintas áreas funcionales y estrategias asociadas. Se enfatiza una perspectiva en el área de Empresas de Menor Tamaño: microempresa, pequeña y mediana.
13. El especialista en marketing ha profundizado en su área de especialidad conceptos y enfoques de forma de Diagnosticar, Diseñar y Estructurar una Planificación Estratégica del área de marketing: incluyendo Investigación de Mercados, Marketing de Servicios, Marketing de Pequeños Negocios, Marketing Relacional y CRM y Gestión de Marca.
14. El especialista en finanzas ha profundizado en su área de especialidad conceptos y enfoques de forma de Diagnosticar, Diseñar y Estructurar una Planificación Estratégica del área de finanzas: incluyendo Finanzas de Pequeños Negocios, Finanzas Corporativas, Instrumentos de Inversión, Derivados Financieros y Financiamiento de Inversiones.

Referencias

- Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación. (2011). Guía de apoyo para la redacción, puesta en práctica y evaluación de los resultados del aprendizaje. Madrid: Cyan, Proyectos Editoriales.
- Colegio de Ingenieros de Chile. (2012). *Calificación de títulos profesionales de ingenieros para admisión de socios activos*. Títulos de ingenieros comerciales. Recuperado de <http://www.ingenieros.cl/calificacion-de-titulos-profesionales-de-ingenieros-para-admision-de-socios-activos/>
- Comisión Nacional de Acreditación. (2007). *Criterios de evaluación para carrera de Ingeniería Comercial*. Documento de Trabajo. Santiago.
- Comisión Nacional de Acreditación. (2008). *Manual para el desarrollo del proceso de autoevaluación carreras Técnicas*. Santiago, Chile.
- Comisión Nacional de Acreditación. (2010). *Operacionalización criterios de evaluación en procesos de acreditación*. Santiago, Chile.
- Comisión Nacional de Acreditación. (2014). *Criterios de evaluación para carreras y programas de pregrado*. Documento de Trabajo. Manuscrito en preparación. Santiago, Chile.
- Kennedy, K. (2007). *Redactar y utilizar resultados de aprendizaje, un manual práctico*. Irlanda.
- Tuning-América Latina. (2007). *Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina*. Informe final. España: Universidad de Deusto.
- Universidad de Las Américas. (2014). *Fundamentos del Modelo Educativo Universidad de Las Américas*. Santiago, Chile.
- Universidad de Las Américas. (2015). *Orientaciones para el desarrollo del perfil de egreso*. Santiago, Chile.