



Técnico en Gerencia Comercial

2 años



UNIVERSIDAD ORT
Uruguay

**FACULTAD DE ADMINISTRACION
Y CIENCIAS SOCIALES**

■ Objetivos

La carrera brinda una capacitación completa y actualizada sobre sólidas bases técnicas, para la gestión de empresas pequeñas y medianas que giran en el ramo del comercio y servicios al detalle.

■ Contenido curricular

El plan de estudios se estructura en cuatro grandes vertientes:

formación básica en las disciplinas fundamentales de la administración de empresas, con particular énfasis en las particularidades de los pequeños y medianos emprendimientos comerciales y la gestión del personal, recurso clave en este tipo de organizaciones;

capacitación amplia y profunda en materia comercial, que incluye desde los conceptos generales de marketing aplicables en todo tipo de empresas y giros, hasta habilidades, herramientas y métodos de aplicación inmediata para una eficaz gestión operativa de negocios pequeños y medianos de giros diversos;

manejo fluido de los aspectos contables, financieros y fiscales que requiere la gestión de este tipo de empresas;

conocimientos de informática y de las posibilidades que brinda como herramienta para una gestión inteligente de las organizaciones.

Como culminación de sus estudios, los estudiantes deben resolver un caso empresarial real y complejo, tomando decisiones fundadas que exigen integrar en forma práctica los conceptos, técnicas y habilidades adquiridos a lo largo de la carrera.



Este folleto detalla el plan de estudios de la carrera. Por información sobre cuerpo docente, biblioteca, recursos académicos e inserción laboral de la Facultad de Administración y Ciencias Sociales: www.ort.edu.uy/facs

■ Apoyo a la inserción laboral

La universidad brinda servicios a estudiantes avanzados y graduados para facilitar su inserción laboral. Estos servicios incluyen información y contactos para oportunidades laborales, gestión de pasantías rentadas, capacitación en redacción de antecedentes y presentación a entrevistas de selección laboral, asesoramiento para la creación de empresas e inclusión de los graduados en bases de datos de las principales selectoras de personal de nuestro país.



Fachada de la Facultad de Administración y Ciencias Sociales

TÉCNICO EN GERENCIA COMERCIAL

PLAN DE ESTUDIOS

1er semestre

Organización administrativa

Gestión de ventas y atención al cliente

Informática 1

Contabilidad 1

2do semestre

Marketing

Gestión de personal

Informática 2

Contabilidad 2

Taller de negociación

3er semestre

Técnicas de gestión en PYMEs

Comercio exterior

Comercio electrónico

Análisis de proyectos comerciales

4to semestre

Impuestos

Marketing de servicios

Proyectos de inversión

Planificación de estrategias comerciales

Evaluación integradora

Título: Técnico en Gerencia Comercial

Duración: 2 años.

Requisito de ingreso: 4to. año de secundaria

Administración

Organización administrativa

Desarrolla la ciencia de la administración con un enfoque netamente operativo. Capacita para entender la dinámica de funcionamiento de las empresas, los diversos elementos involucrados, los principios que sustentan su gestión y el rol de la gerencia para alcanzar los objetivos organizacionales.

Gestión de personal

Analiza la motivación y la compensación del personal, el liderazgo y la supervisión. Mediante el uso de metodologías participativas, enfatiza aspectos tales como las técnicas de personal, la negociación y la administración de los salarios. Estudia la legislación laboral y previsional vigente con un enfoque aplicado a las diversas situaciones que se puedan presentar dentro de la administración de recursos humanos.

Técnicas de gestión en PYMES

Brinda los métodos y herramientas necesarios para una eficaz gestión operativa del negocio en comercios pequeños y medianos de giros diversos. Incluye aspectos tales como diseño y exhibición del surtido de productos, los procesos en los servicios, gestión de inventarios y aprovisionamiento, *lay-out* de las instalaciones, organización y métodos, en el marco de las características del negocio, su clientela y sus objetivos de marketing.



Contabilidad, finanzas e impuestos

Contabilidad 1 y 2

Capacitan para explotar al máximo las posibilidades que brinda la información contable para el proceso de toma de decisiones empresariales. Con un enfoque práctico, presentan los principios y los conceptos básicos que sustentan la registración contable y la preparación de estados financieros, así como las herramientas para su análisis e interpretación.

Análisis de proyectos comerciales

Aporta los elementos básicos para el análisis de la rentabilidad y la elaboración de planes y proyectos en el área del marketing. Con un enfoque aplicado, desarrolla conceptos económicos, contables y financieros con el alcance necesario para la gestión de empresas comerciales.

ÁREAS TEMÁTICAS

Proyectos de inversión

Presenta el planeamiento, la programación y el control de proyectos; sus técnicas de administración, el diagrama de Gantt y el método del camino crítico (CPM/PERT); la metodología práctica para su definición y especificación, el establecimiento de la secuencia de actividades y seguimiento del programa. Capacita en la organización del equipo, la asignación de tareas, el control, las revisiones y la terminación del proyecto, para asegurar el éxito de las etapas claves de implementación y ejecución. Desarrolla aplicaciones con software especializado.

Impuestos

Luego de una introducción al sistema tributario nacional, desarrolla los principales impuestos que gravan a la actividad económica de nuestro país. El enfoque es práctico e incluye todo lo que debe conocer el empresario para cumplir con sus obligaciones y al mismo tiempo tomar las decisiones más convenientes para su negocio dentro de las opciones que brindan las normas vigentes, interactuando con los asesores especializados en materia fiscal.

Marketing y ventas

Marketing

Introduce, con un enfoque aplicado, los conceptos y técnicas de marketing y ventas en las organizaciones comerciales y de servicios, tanto en su actividad nacional como internacional. Los contenidos están diseñados de manera tal que, con un adecuado dominio de las bases teóricas, los estudiantes están en condiciones de manejarse con solvencia en la organización y gestión de los diversos departamentos del área comercial: ventas, importaciones y exportaciones.

Gestión de ventas y atención al cliente

Trata la interrelación directa empresa-cliente y las técnicas más eficaces para captar y mantener clientes. Desarrolla aspectos como selección, capacitación, remuneración y motivación de vendedores, acción de ventas, servicio post-venta, técnicas de marketing directo y *merchandising*.

Marketing de servicios

Estudia las diversas áreas del marketing de empresas de servicios o empresas de ventas de bienes que ofrecen servicios complementarios. Capacita para visualizar las oportunidades derivadas de los fuertes cambios en el entorno de las empresas de servicios y las estrategias más adecuadas. Demuestra la relación entre satisfacción del cliente y rentabilidad de la empresa asegurando la efectividad de la primera.



La Universidad ORT asigna una dirección de correo electrónico a los alumnos que lo desean, para facilitar la comunicación con docentes, estudiantes y con el exterior.

Taller de negociación

Capacita en las habilidades necesarias para el manejo eficiente de situaciones de negociación interpersonal, mediante el uso de metodologías dinámicas y participativas. Analiza las comunicaciones dentro y fuera de la empresa.

Comercio exterior

Estudia las políticas comerciales del país, el entorno regional, las normas y regulaciones nacionales e internacionales, trámites y procedimientos, mecanismos de promoción y los instrumentos de pago en el comercio internacional.

Planificación de estrategias comerciales

A través de la discusión de casos empresariales referidos a empresas comerciales de pequeño y mediano volumen afines con la realidad nacional, desarrolla la capacidad de enfrentarse a situaciones prácticas con el enfoque integrador propio de la gerencia.

Comercio electrónico

Considerando que *e-business* es un tema de negocios y no de tecnología, propone un modelo de transformación de la empresa hacia *e-business* y de creación de proyectos en el mundo del comercio electrónico, particularmente en el campo de las herramientas para alcanzar la fidelización de los clientes.

Informática

Informática 1 y 2

Brinda entrenamiento completo en operación Windows™ y los paquetes más utilizados en computadores personales, incluyendo procesadores de texto (Word para Windows™), planilla electrónica (Excel™), presentación gráfica (PowerPoint™), bases de datos (Access™) e Internet.

Evaluación integradora

Trabajando en equipo con la supervisión de un docente, los estudiantes deben enfrentar y resolver en plazos perentorios un caso empresarial realista y complejo, tomando decisiones fundadas que implican integrar prácticamente los conceptos y las técnicas adquiridos en las diversas asignaturas de la carrera.



Próximo comienzo:

___marzo___

Horario

Nocturno: lunes a jueves
19.30 a 22.30 hs.

Si desea ampliar la información sobre esta carrera, sírvase solicitar una entrevista personal a la **Lic. Silvia Szykowski** (7071806 szykowski@ort.edu.uy).

La Universidad ORT se reserva el derecho de realizar ajustes de fechas, horarios y contenidos. Las inscripciones están sujetas a quórum mínimo por turno. Los horarios mencionados no incluyen las prácticas. La Universidad admite el ingreso condicional a carreras técnicas hasta con tres previas (por un año).



Educando para la vida

Bvar. España 2633 11300, Montevideo, Uruguay Tel 7071806 Fax 7088810
info@ort.edu.uy - www.ort.edu.uy