



CONVOCATORIA PÚBLICA NRO. 4

La Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional Cochabamba invita a profesionales del área a presentar su postulación como **Docente tiempo horario - Semestre 2-2021**, para las siguientes materias:

MATERIAS CONVOCADAS

Código / Sigla	Materia	Paralelo	Horario	Competencia de la Asignatura	Saberes conceptuales mínimos
ICO-253	EMPRENDIMIENTOS SOCIALES	1	Martes 12:15 - 13:45 Miércoles 12:15 - 13:45	Desarrolla un emprendimiento social, diseñando una solución innovadora con un modelo de negocios escalable y sostenible en el tiempo.	*Naturaleza del emprendimiento social. *Concepto de Innovación como propuesta de valor para crear impacto, social y ambiental. *Oportunidades o problemas que provienen del entorno. *Pensamiento de diseño centrado en personas. *Proceso de generación de modelos de negocio. *Medición de impacto conceptos VIVA IDEA. *Entrepreneurial Finance.
ICO-212	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	1	Lunes 10:30 - 12:00 Jueves 08:45 - 10:15 Viernes 08:45 - 10:15	Determinar y evaluar la demanda del mercado y sus ofertas de valor aplicando la investigación científica y técnicas estadísticas adecuadas, a los problemas y oportunidades de marketing emergentes en las organizaciones (lucrativas y no lucrativas), cuyo propósito es analizar el mercado y la demanda generada por los productos o servicios, de tal manera que se pueda apoyar al proceso de toma de decisiones de marketing.	•Sistemas de información de Marketing. •Estructura de procesos para realizar investigaciones. •Técnicas de esquematización, planteamiento y formulación del problema de investigación •Técnicas de identificación y reconocimiento de variables y su tipología. •Formas de expresión narrativa, para formular preguntas. •Técnicas de recolección de información primaria. •Técnicas y herramientas para aplicar y determinar un proceso de colecta de datos a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas. •Estadística fundamental, para el análisis de datos univariado y bivariado.
ICO-212	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	2	Lunes 07:00 - 08:30 Miércoles 07:00 - 08:30	Determinar y evaluar la demanda del mercado y sus ofertas de valor aplicando la investigación científica y técnicas estadísticas adecuadas, a los problemas y oportunidades de marketing emergentes en las organizaciones (lucrativas y no lucrativas), cuyo	•Sistemas de información de Marketing. •Estructura de procesos para realizar investigaciones. •Técnicas de esquematización, planteamiento y formulación del problema de investigación •Técnicas de identificación y reconocimiento de variables y su tipología. •Formas de expresión narrativa, para formular preguntas. •Técnicas de recolección de información

			Viernes 07:00 - 08:30	propósito es analizar el mercado y la demanda generada por los productos o servicios, de tal manera que se pueda apoyar al proceso de toma de decisiones de marketing.	primaria. •Técnicas y herramientas para aplicar y determinar un proceso de colecta de datos a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas. •Estadística fundamental, para el análisis de datos univariado y bivariado.
ICO-214	MARKETING DE SERVICIOS	1	Martes 08:45 - 10:15 Jueves 08:45 - 10:15	Diseñar estrategias de marketing de servicios y relacional utilizando herramientas tecnológicas para incrementar la captación y retención de clientes asegurando su fidelidad y satisfacción.	<ul style="list-style-type: none"> •Enfoques de marketing en la economía de servicios. •Características de los servicios y del marketing de servicio. •Comportamiento y expectativas del cliente en el encuentro de servicios. •Distribución de los servicios a través de canales físicos y electrónicos. •Exploración de los modelos de negocios: fijación de precios y administración de ingresos. •Educación de los clientes y promoción de la proposición de valor. •Posicionamiento de servicios en mercados competitivos. •Diseño y administración de los procesos de servicio. •Equilibrio entre la demanda y la capacidad productiva. •Diseño del entorno de servicio. •Administración del personal para lograr una ventaja competitiva. •Administración de las relaciones y creación de lealtad. •Recuperación del servicio y obtención de la retroalimentación del cliente. •Incremento de la calidad y productividad del servicio.
ICO-215	MARKETING ELECTRÓNICO	1	Jueves 14:00 - 15:30 Viernes 14:00 - 15:30	Establece los modelos de negocios electrónicos acordes con los requerimientos corporativos. Identifica el potencial del marketing online y marketing móvil en los determinados ámbitos de acción de la empresa. El propósito es establecer una correcta alineación entre recursos de la empresa y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en función de los mercados y los requerimientos de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> •Marketing electrónico, dentro de un complejo de herramientas aplicadas al marketing. •Marketing online, el Internet como aplicación al marketing. •Marketing móvil, desarrollo de las telecomunicaciones inalámbricas. •Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. •Modelos de negocios electrónicos y sus aplicaciones específicas. •Redes Sociales y marketing especializado. •Tecnologías virtuales y su impacto cultural. El enfoque del consumo.
ICO-341	TALLER DE HABILIDADES GERENCIALES	1	Lunes 07:00 - 08:30	Negociar y resolver conflictos e influir en un grupo y dirigirlo en confianza hacia el logro de un objetivo o un conjunto de metas,	<ul style="list-style-type: none"> •Liderazgo y gerencia •Teorías de los rasgos •Teorías conductuales •Teoría de intercambio de líder-miembro (ILM): camarillas y periferias. •Liderazgo carismático y liderazgo

			<p>Martes 07:00 - 08:30</p> <p>Viernes 07:00 - 08:30</p>	<p>basándose en un auténtico sentido ético y de progreso.</p>	<p>transformacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Liderazgo auténtico y de servicio: la ética y la confianza. •Comunicación persuasiva •Función y proceso de comunicación: fuente, mensaje, códigos, canal, interpretación, receptor, retroalimentación. •Propósito, dirección, intensidad y veracidad de la comunicación •Comunicación interpersonal: oral, escrita, no verbal.
ICO-131	TECNOLOGÍAS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN	1	<p>Martes 14:00 - 15:30</p> <p>Jueves 14:00 - 15:30</p> <p>Viernes 14:00 - 15:30</p>	<p>Seleccionar la plataforma tecnológica adecuada, como soporte a los sistemas de información de la organización para apoyar en la toma de decisiones, solución de problemas e identificación de oportunidades de la empresa para satisfacer las necesidades de las partes interesadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Sistemas de Información en los negocios globales actuales. •Negocios en línea globales: como utilizan las empresas los S.I. •Sistemas de Información, organizaciones y estrategia. •Planillas de cálculo nivel intermedio. •Infraestructura de TI y Tecnologías emergentes. •Telecomunicaciones, redes, Internet y tecnología inalámbrica. •Importancia de Groupware en las Empresas, aplicaciones, Sistemas de apoyo a la toma de Decisiones en Grupo GDSS. •Sistemas de apoyo a Ejecutivos (ESS) / Sistema de Información Gerenciales (EIS): Rol de los ESS en la Empresa. •Teoría de la decisión; modelos de toma de decisiones; proceso de toma de decisiones; tipos de decisiones. •Proceso Analítico de Jerarquía (AHP). •Inteligencia de Negocios: Administración de recursos de datos (Bases de Datos). •Minería de datos. •Gobierno y Gestión de TI. •Aplicación práctica de SI (ERP, SAP BO), BI. •La telemática y su influencia en el desarrollo empresarial - Empresa Virtual, Empresa Digital, conceptos y casos.
ICO-217	MARKETING GLOBAL	2	<p>Martes 10:30 - 12:00</p>	<p>Diseña y ejecuta estrategias de marketing para determinar y analizar mercados internacionales, con el propósito de llegar a los mismos con ofertas adecuadas a estos entornos, a partir de un enfoque pensar global y</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Enfoques de marketing local, exportaciones, internacional y marketing global. •Fundamentos del marketing global. •Factores culturales y los rasgos poblacionales particulares de los países y regiones del mundo. •INCOTERMS y nomenclatura arancelaria. •Importancia de un marketing internacional y sus diferencias respecto de

			10:30 - 12:00 Miércoles	actuar localmente.	<p>un marketing convencional.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Estructuras y procedimientos para realizar investigaciones de marketing en contexto global. •Factores que influyen en el comportamiento de consumidor global. •Particularidades del Producto Global. •Fluctuaciones y políticas de Precios Globales. •Estructuras de Distribución Global. •Herramientas de Comunicación global. •Estructura de un Plan de Marketing Global.
ICO-342	TALLER DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	1	14:00 - 15:30 Lunes 14:00 - 15:30 Miércoles	Diseñar y desarrollar productos y servicios innovadores, generando valor para la organización y el cliente, cumpliendo estándares de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> •Visión general de Innovación •Introducción a los nuevos productos •Ciclo de vida del producto. Clasificación de nuevos productos •Características del proceso de innovación tecnológica. •Riesgo de las innovaciones •Etapa de generación de la idea y concepto •La función sigue forma de la idea •Etapa: Concepto / Evaluación del Proyecto •Etapa de Desarrollo •Tareas de Mercado •Tareas técnicas •Equipo de Desarrollo •Branding •Etapa de Lanzamiento •Plan Estratégico •Test de Mercado •Distribución: Intensiva, Selectiva o Exclusiva. •Evento de Lanzamiento

PERFIL REQUERIDO

Formación:

- Poseer Título Profesional de Licenciatura en Carrera Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, Comunicación Social o Carreras afines a la asignatura postulada, válido en el país (Indispensable).
- Poseer título de Maestría en el área (Deseable).
- Poseer título de Doctorado (Deseable).
- Haber cursado el Diplomado en Educación Superior válido en el Sistema Universitario Boliviano (CEUB), (Indispensable). Se valorará favorablemente un Diplomado con enfoque por Competencias.

Experiencia:

- Haber desempeñado docencia universitaria por lo menos 2 años (Indispensable).
- Contar con experiencia acreditada en el ejercicio de su profesión por lo menos 3 años (Indispensable).

Competencias personales:

- Comunicación efectiva
- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Compromiso

DOCUMENTOS REQUERIDOS

- Carta de presentación en la que se especifique las motivaciones de su postulación al cargo (Indispensable).
- Plan Global de la materia. (*descargar formato*) (Indispensable).
- Hoja de vida documentada. Presentación en formato UCB (*descargar hoja de vida*) (Indispensable).
- Fotocopia de Carnet de Identidad (Indispensable).

PRESENTACIÓN DE POSTULACIONES

La documentación de los postulantes deberá ser enviada a través del siguiente link:

<https://forms.gle/dq4hnUcyQmEjCn5F9>

Hasta el día lunes 10 de mayo de 2021, hora límite 18:30.

Cochabamba, abril de 2021.