

CONVOCATORÍA PÚBLICA NRO. P-5/2026

La Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Sede Cochabamba invita a profesionales del área a presentar su postulación como **Docente Tiempo Horario - Semestre 2-2026**, para las siguientes asignaturas:

Asignaturas Convocadas						
Código/Sigla	Asignatura	Nro. del Paralelo	Horario	Competencia de la Asignatura	Saberes conceptuales mínimos	Licenciatura requerida en
ICO-215	ADMINISTRACION DE VENTAS	1	MARTES Y JUEVES 10:45-12:15	Identificar y gestionar los requerimientos específicos de las empresas, productivas y de servicios, reconociendo la influencia de factores internos y externos, en mercados de proveedores, en los canales de distribución y en mercados de consumo.	<p>SABERES CONCEPTUALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Aspectos Generales de la Administración de la Fuerza de Ventas en el Siglo 21 · Introducción a la administración de ventas y sus roles en evolución · Administración de la ética en un entorno de ventas · Administración de las relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades · El proceso de ventas · Elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas · Planeación y organización de la fuerza de ventas · Administración del tiempo y del territorio · Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas · Capacitación de la fuerza de ventas · Liderazgo de la fuerza de ventas · Motivación de la fuerza de ventas · Compensación de la fuerza de ventas · Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de las ventas · Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas 	LIC. INGENIERIA COMERCIAL

ICO-218	COMERCIALIZACION INTERNACIONAL	1	MARTES Y JUEVES 7:15-8:45	<p>Diseña y gestiona mecanismos y procesos de comercialización internacional, aprovechando sus conocimientos de marketing, así como las variables estratégicas y las herramientas aplicadas en este campo, para identificar oportunidades de negocio, resolviendo problemas en casos concretos de comercio.</p>	<p>SABERES CONCEPTUALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El ambiente internacional y la importancia del comercio mundial. • La evolución mundial durante las últimas tres décadas. • La importancia de la teoría de la competitividad en los negocios internacionales. • Los procesos de integración económica internacional. • Conceptos necesarios sobre la expansión de negocios internacionales: Alianzas estratégicas, franquicias, etc. • La realidad boliviana en el contexto del comercio mundial. • La importancia de la investigación de mercados internacionales y sus diferencias con la investigación local, en cuanto a recursos u formas adecuadas para realizar esta investigación. • El proceso de internacionalización de la empresa: Cómo se debe preparar una empresa para afrontar el desafío de incursionar en el Comercio Internacional: calidad, financiamiento, formas de incursionar en mercados extranjeros con inversión mínima, entre otras. • Manejo de conceptos utilizados en el comercio internacional. • Políticas de comercio Internacional en Bolivia y aspectos legales en el comercio internacional en Bolivia. • Logística en la Distribución Física Internacional. • Formas de costear proyectos de importación o exportación. • Formas asociativas para encarar proyectos de comercio exterior: clúster, consorcios, maquicentros, agencias de stock, etc. • Pasos para preparar una propuesta de exportación o pedido de importación, que reúnan las características más convenientes para el negocio 	LIC. INGENIERIA COMERCIAL, LIC. COMERCIO EXTERIOR SIMILARES
---------	--------------------------------	---	------------------------------	---	--	---

ICO-109	ESCRITURA ACADEMICA	2 Y 3	MARTES Y JUEVES 14:15-15:45	Comprender y producir textos de carácter académico de nivel universitario desde una perspectiva crítica y responsable en un entorno de dialogo intersubjetivo.	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación de la comunicación • Párrafo en el contexto de la escritura académica. • Estructura básica del párrafo. • Tipos de párrafos (descriptivo, expositivo y argumentativo) • La oración y sus partes. • Diferentes tipos de texto académico. • Tipos de introducción. • La tesis. • Delimitación del tema. • Tipos de argumentación. • Tipos de conclusión. • Los conectores de redacción. • Argumentos racionales y no racionales. • Estrategias discursivas y su clasificación. • Pertinencia de los argumentos. • Falacia. • Argumentos y contraargumentos. • Problema de investigación. • Proceso de investigación. • Soporte teórico y metodológico de una investigación. • El texto argumentativo. • Tiempos verbales y usos mayestáticos de la persona. • Tipos de citas • Presentación de una bibliografía. • La exposición oral. • El lenguaje corporal. • El manejo del tiempo. 	LIC. EN CIENCIAS EMPRESARIALES
ICO-233	INNOVACION, DESARROLLO Y TECNOLOGIA	1	LUNES MIERCOLES Y VIERNES 12:30-14:00	Seleccionar, identificar y adecuar tecnologías que renueven el desarrollo e innovación de los procesos empresariales cumpliendo con estándares y objetivos de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de Sistemas – Información – Telemática - Tecnología de Información y telecomunicaciones • La importancia de la innovación tecnológica en la sociedad actual • Las nuevas tecnologías en el mundo actual • Cloud Computing – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio - Laboratorio. • Nanotecnología – Características – Evolución – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio • Big Data – Características – Evolución – Modelos – Herramientas disponibles para su aplicación - Aplicación en nuestro medio – Laboratorio. • Sistemas de Información Geográficos – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio - Laboratorio • Tecnología Móvil – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio • Realidad Virtual y Realidad Aumentada– Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio. • B.I. Minería de Datos • CRM's y BPM's en las empresas. Ejemplos prácticos de su aplicación. • Sistemas expertos e inteligencia artificial y su influencia en el desarrollo empresarial, lógica difusa, redes neuronales artificiales, algoritmos genéticos, Casos 	LIC. CIENCIAS EMPRESARIALES O AFINES

ICO-211	INVESTIGACION DE MERCADOS I	1	LUNES MIERCOLES Y VIERNES 9:00-10:30	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 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.	<ul style="list-style-type: none"> 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. 	LIC. INGENIERIA COMERCIAL
ICO-212	INVESTIGACION DE MERCADOS II	1	MARTES Y JUEVES DE 12:30-14:00	Realizar investigaciones de mercado minimizando los errores no muestrales en el trabajo de campo, aplicando en forma crítica y selectiva las técnicas estadísticas bivariantes y multivariantes, en el análisis e interpretación de datos cuidando los aspectos éticos para una efectiva toma de decisiones de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> El proceso de toma de decisiones en el ámbito del Marketing. Técnicas de identificación y reconocimiento de variables y su tipología. Técnicas para evaluar la validez y confiabilidad de los datos recopilados. Técnicas estadísticas para el análisis de datos bivariado. Técnicas estadísticas para el análisis multivariado: Análisis factorial, análisis cluster, análisis de correspondencias, Análisis Chaid y escalamiento multidimensional. 	LIC. INGENIERIA COMERCIAL
ICO-313	MARKETING DIGITAL	1	MARTES Y JUEVES 14:15-15:45	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. 	LIC. INGENIERIA COMERCIAL

Perfil Requerido

Formación:

- Poseer Diploma Académico y Título Profesional de Licenciatura según lo requerido para cada asignatura. (Indispensable).
- Poseer título de Maestría en el área (Deseable).
- Poseer título de Doctorado (Deseable).
- Poseer Diploma del Diplomado en Educación Superior válido en el Sistema Universitario Boliviano (SUB) (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 asignatura. (Indispensable).

[\(descargar formato de plan global de la asignatura\)](#)

- Hoja de vida documentada. Presentación en formato UCB (Indispensable).

[\(descargar formato de hoja de vida\)](#)

- Carnet de Identidad escaneado (Indispensable).

Presentación de Postulaciones

Estimado/a postulante: La presente convocatoria corresponde al periodo 2026, con inicio en Agosto. Únicamente se evaluará la información declarada en la hoja de vida respaldada con documentación oficial (contratos, certificados u otros).

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

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfijNlaV62MbLihkRQizDx2T2hS0W_pcDfm-T-j-5fDS_zdsA/viewform

Fecha límite de presentación: jueves, 30 de abril hasta las 23:50.

Cochabamba, abril de 2026