

## CONVOCATORÍA PÚBLICA NRO. 05/2026

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"> <li>· Aspectos Generales de la Administración de la Fuerza de Ventas en el Siglo 21</li> <li>· Introducción a la administración de ventas y sus roles en evolución</li> <li>· Administración de la ética en un entorno de ventas</li> <li>· Administración de las relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades</li> <li>· El proceso de ventas</li> <li>· Elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas</li> <li>· Planeación y organización de la fuerza de ventas</li> <li>· Administración del tiempo y del territorio</li> <li>· Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas</li> <li>· Capacitación de la fuerza de ventas</li> <li>· Liderazgo de la fuerza de ventas</li> <li>· Motivación de la fuerza de ventas</li> <li>· Compensación de la fuerza de ventas</li> <li>· Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de las ventas</li> <li>· Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas</li> </ul>	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"> <li>• El ambiente internacional y la importancia del comercio mundial.</li> <li>• La evolución mundial durante las últimas tres décadas.</li> <li>• La importancia de la teoría de la competitividad en los negocios internacionales.</li> <li>• Los procesos de integración económica internacional.</li> <li>• Conceptos necesarios sobre la expansión de negocios internacionales: Alianzas estratégicas, franquicias, etc.</li> <li>• La realidad boliviana en el contexto del comercio mundial.</li> <li>• La importancia la investigación de mercados internacionales y sus diferencias con la investigación local, en cuanto a recursos u formas adecuadas para realizar esta investigación.</li> <li>• 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.</li> <li>• Manejo de conceptos utilizados en el comercio internacional.</li> <li>• Políticas de comercio Internacional en Bolivia y aspectos legales en el comercio internacional en Bolivia.</li> <li>• Logística en la Distribución Física Internacional.</li> <li>• Formas de costear proyectos de importación o exportación.</li> <li>• Formas asociativas para encarar proyectos de comercio exterior: clúster, consorcios, maquicentros, agencias de stock, etc.</li> <li>• Pasos para preparar una propuesta de exportación o pedido de importación, que reúnan las características más convenientes para el negocio</li> </ul>	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"> <li>• Orientación de la comunicación</li> <li>• Párrafo en el contexto de la escritura académica.</li> <li>• Estructura básica del párrafo.</li> <li>• Tipos de párrafos (descriptivo, expositivo y argumentativo)</li> <li>• La oración y sus partes.</li> <li>• Diferentes tipos de texto académico.</li> <li>• Tipos de introducción.</li> <li>• La tesis.</li> <li>• Delimitación del tema.</li> <li>• Tipos de argumentación.</li> <li>• Tipos de conclusión.</li> <li>• Los conectores de redacción.</li> <li>• Argumentos racionales y no racionales.</li> <li>• Estrategias discursivas y su clasificación.</li> <li>• Pertinencia de los argumentos.</li> <li>• Falacia.</li> <li>• Argumentos y contraargumentos.</li> <li>• Problema de investigación.</li> <li>• Proceso de investigación.</li> <li>• Soporte teórico y metodológico de una investigación.</li> <li>• El texto argumentativo.</li> <li>• Tiempos verbales y usos mayestáticos de la persona.</li> <li>• Tipos de citas</li> <li>• Presentación de una bibliografía.</li> <li>• La exposición oral.</li> <li>• El lenguaje corporal.</li> <li>• El manejo del tiempo.</li> </ul>	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"> <li>• Concepto de Sistemas – Información – Telemática - Tecnología de Información y telecomunicaciones</li> <li>• La importancia de la innovación tecnológica en la sociedad actual</li> <li>• Las nuevas tecnologías en el mundo actual</li> <li>• Cloud Computing – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio - Laboratorio.</li> <li>• Nanotecnología – Características – Evolución – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio</li> <li>• Big Data – Características – Evolución – Modelos – Herramientas disponibles para su aplicación - Aplicación en nuestro medio – Laboratorio.</li> <li>• Sistemas de Información Geográficos – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio - Laboratorio</li> <li>• Tecnología Móvil – Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio</li> <li>• Realidad Virtual y Realidad Aumentada– Características – Evolución – Modelos – Aplicación en nuestro medio – Laboratorio.</li> <li>• B.I. Minería de Datos</li> <li>• CRM's y BPM's en las empresas. Ejemplos prácticos de su aplicación.</li> <li>• Sistemas expertos e inteligencia artificial y su influencia en el desarrollo empresarial, lógica difusa, redes neuronales artificiales, algoritmos genéticos, Casos</li> </ul>	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"> <li>Sistemas de información de Marketing.</li> <li>Estructura de procesos para realizar investigaciones.</li> <li>Técnicas de esquematización, planteamiento y formulación del problema de investigación</li> <li>Técnicas de identificación y reconocimiento de variables y su tipología.</li> <li>Formas de expresión narrativa, para formular preguntas.</li> <li>Técnicas de recolección de información primaria.</li> <li>Técnicas y herramientas para aplicar y determinar un proceso de colecta de datos a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas.</li> <li>Estadística fundamental, para el análisis de datos univariado y bivariado.</li> </ul>	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"> <li>El proceso de toma de decisiones en el ámbito del Marketing.</li> <li>Técnicas de identificación y reconocimiento de variables y su tipología.</li> <li>Técnicas para evaluar la validez y confiabilidad de los datos recopilados.</li> <li>Técnicas estadísticas para el análisis de datos bivariado.</li> <li>Técnicas estadísticas para el análisis multivariado: Análisis factorial, análisis cluster, análisis de correspondencias, Análisis Chaid y escalamiento multidimensional.</li> </ul>	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"> <li>Marketing electrónico, dentro de un complejo de herramientas aplicadas al marketing.</li> <li>Marketing online, el Internet como aplicación al marketing.</li> <li>Marketing móvil, desarrollo de las telecomunicaciones inalámbricas.</li> <li>Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.</li> <li>Modelos de negocios electrónicos y sus aplicaciones específicas.</li> <li>Redes Sociales y marketing especializado.</li> <li>Tecnologías virtuales y su impacto cultural. El enfoque del consumo.</li> </ul>	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. ([descargar formato](#)) (Indispensable).

- Hoja de vida documentada. Presentación en formato UCB ([descargar hoja de vida](#)) (Indispensable).
- 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/1FAIpQLSfjNlaV62MbLihkRQizDx2T2hS0W\\_pcDfm-T-j-5fDS\\_zdsA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfjNlaV62MbLihkRQizDx2T2hS0W_pcDfm-T-j-5fDS_zdsA/viewform)

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

Cochabamba, abril de 2026