

Doble Grado

Ciencias Sociales y Jurídicas



Turismo **Comercio**

Universidad Complutense de Madrid



Plan de Estudios

Tipo de Asignatura	ECTS
Formación Básica	66
Obligatorias	207
Optativas	36
Prácticas Externas	24
Trabajo Fin de Grado	12
Total	345

Primer Curso	ECTS
Derecho Civil	6
Economía Española y Mundial	6
Fundamentos de Economía	6
Fundamentos de Marketing	6
Geografía del Turismo	6
Historia Económica del Turismo y del Comercio	6
Inglés I	6
Introducción a la Antropología Social	6
Organización de Empresas	6
Patrimonio Cultural: Historia del Arte	6
Segundo Idioma Moderno I (Francés o Alemán)	6
Sociología del Turismo y del Ocio	6

Segundo Curso	ECTS
Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción	6
Contabilidad	6
Derecho Administrativo del Turismo	6
Derecho Mercantil	9
Estadística: Análisis de Datos e Inferencia	6
Gestión de Alojamiento y Restauración	6
Inglés II	6
Matemáticas para el Comercio	6
Patrimonio Territorial, Flujos y Recursos Turísticos	6
Planificación de Destinos Turísticos	6
Segundo Idioma Moderno II (Francés o Alemán)	6

Tercer Curso	ECTS
Comportamiento del Consumidor	6
Contabilidad de Costes	6
Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	6
Derecho Tributario	6
Dirección Estratégica de Empresas Turísticas	6
Distribución Comercial y Gestión Logística	6
Gestión de Compras e Inventarios	6
Gestión de Touroperadores y Agencias de Viajes	6
Inglés III	6
Política Turística	6
Segundo Idioma Moderno III (Francés o Alemán)	6
Técnicas Estadísticas Multivariantes en Comercio	6

Cuarto Curso	ECTS
Análisis Contable	6
Comercio Electrónico	6
Comercio Internacional	6
Creación de Empresas	6
Gestión de Recursos Humanos	6
Gestión de Transportes Turísticos	6
Gestión de Ventas y Negociación Comercial	6
Informática Aplicada a la Gestión	6
Investigación Comercial	6
Marketing Estratégico	6
Dos Optativas	12

Quinto Curso	ECTS
Prácticas Externas	24
Cuatro Optativas	24
Trabajo Fin de Grado (6 Comercio + 6 Turismo)	12

Optativas de 4º y 5º Curso	ECTS
Coaching y Desarrollo Personal	6
Contabilidad Informática para el Comercio	6
Gestión de Calidad	6
Gestión de Eventos Turísticos	6
Marketing Directo y Marketing Relacional	6
Política de Productos y Servicios	6
Políticas de Comercio Interior	6
Pragmática de la Comunicación Intercultural	6
Simulación Comercial	6

Créditos de Participación	ECTS
Cualquier curso	6

Conocimientos que se adquieren

- Principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.
- Evolución del producto turístico en el marco de la actual sociedad del ocio.
- Estructuras político-administrativas turísticas.
- Desarrollo de una marcada orientación de servicio al cliente.
- Principales agentes turísticos.
- Evaluación de los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
- Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas. Gestión de los recursos financieros y recursos humanos.
- Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- Dirección y gestión de los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- Técnicas de comunicación.
- Marco legal que regula las actividades turísticas.
- Trabajar en inglés como lengua extranjera. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera.
- Identificación y gestión de espacios y destinos turísticos. Estudiar los impactos del turismo y concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico teniendo en cuenta criterios medioambientales, socio-culturales y económicos para asegurar los principios de sostenibilidad.
- Procedimiento operativo de los distintos subsectores de la actividad turística.
- Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).
- Objetivos, estrategias e instrumentos públicos de planificación para comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.
- Funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- Gestión del patrimonio cultural y principales iniciativas de su puesta en valor.
- Planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.
- Funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.
- Gestión del patrimonio cultural y principales iniciativas de su puesta en valor.
- Planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

- Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial.
- Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial.
- Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve.
- Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, decisión y control en la relación comercial, teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.
- Desarrollar las capacidades de futuros gestores y directivos comerciales.
- Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.
- Aprender a aprender, por ejemplo saber cómo, cuándo, dónde... nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal).

Salidas profesionales

Las salidas profesionales serán aquellas que se obtengan de ambos estudios más las sinergias generadas entre ellos. Se pueden resumir en cargos intermedios o directivos en gestión de alojamientos, restauración, intermediación; planificación y gestión pública de destinos; productos y actividades turísticas; formación, investigación y consultoría en turismo y actividad comercial; dirección comercial; dirección de marketing; dirección de ventas; dirección de producto; *brand manager*; *key account manager*; jefe de áreas de distribución; jefe de sección comercial; jefe de grandes cuentas; jefe de redes comerciales; jefe de expansión; *controller*; gestor comercial; delegado comercial; director de sucursal; técnico comercial; ejecutivo comercial; ejecutivo de ventas; *trade manager*; técnico de postventas; responsable de *merchandising*; comercial/agente comercial.



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Grados UCM



Facultad de Comercio y Turismo

Avda. de Filipinas, 3. 28003 Madrid
<http://comercioyturismo.ucm.es>

Para más información: www.ucm.es/estudios/grado-turismoycomercio-estudios
Enero 2020. El contenido de este díptico está sujeto a posibles modificaciones

www.ucm.es

