



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Trabajo Fin de Grado	Código	801966
Módulo	Trabajo Fin de Grado	Materia	Trabajo Fin de Grado
Carácter	Obligatoria		
Créditos	6	Presenciales	1.5
		No presenciales	4.5
Curso	Cuarto	Semestre	Segundo

Departamento Responsable	Interdepartamental
Coordinador /a	Correo electrónico
M ^a Ángeles Gutiérrez Salinero	magutier@ucm.es

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")

Los contenidos de cada TFG dependerán del tema elegido por el/a alumno/a asesorado por su tutor/a.

Podrán estar relacionados con las siguientes materias de referencia:

- Temas relevantes relacionados con la actividad comercial ya sea por su importancia, novedad o su notoriedad social, económica, política, científica y/

- o ética.
- Herramientas y metodologías utilizadas en la actividad comercial que tengan un interés especial bien por su amplia utilización o porque se proponga en el trabajo una actualización razonada de la misma con propuestas concretas de mejora.
 - Casos reales concretos que estén relacionados con la actividad comercial y que sea de interés estudiarlos por la importancia de sus consecuencias y el impacto económico, social, político y/o ético.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS *(opcional)*

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)

- Aprender a realizar un proyecto de investigación de forma autónoma.
- Desarrollar la creatividad en la elección del tema, forma de abordar el trabajo, estructura del trabajo, entre otros.
- Habitarse a la búsqueda de información de carácter secundario (bibliografía, fuentes estadísticas, páginas de Internet...).
- Desarrollar habilidades propias del trabajo de campo tales como la realización de entrevistas a expertos, visitas a empresas, realización de encuestas o sondeos de opinión.
- Aprender el uso y manejo de la información estadística, su análisis e interpretación.
- Incrementar su habilidad para estructurar y redactar un trabajo de investigación completo.
- Aprender a exponer en público una serie de conclusiones obtenidas.
- Mejorar el uso de las TIC a disposición de la realización de un TFG.

COMPETENCIAS *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

Generales

CG1 - 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

CG2 - 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

CG3 - 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

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales

CG6 - 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

CG7 - Aprender a aprender, como ejemplo saber cómo, cuándo, donde..., nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal)

Específicas:

CE1 - Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución en el tiempo de la economía y la actividad comercial desde una triple perspectiva temática: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización de la economía, de cara a saber situar la realidad de la actividad comercial actual en su contexto histórico.

CE2 - Saber analizar las distintas variables y fenómenos que intervienen tanto en el comercio interior como en el exterior, de cara a poder analizar de forma crítica las políticas de comercio promocionadas e implantadas por los países a lo largo de la historia.

CE3 - Conocer y entender el marco jurídico de la actividad en la que realizarán sus funciones comerciales con el fin de aprender a manejar e interpretar textos legales relacionados con sus actividades, usa la terminología jurídica y poder aplicar estos conocimientos a una relación responsable con la sociedad y comprometida con los principios normativo

CE4 - Ser capaces de distinguir los elementos integrantes de la empresa desde una perspectiva de sistema para conocer su organización y la interrelación de estos elementos, así como la creación de nuevas empresas, con el fin de identiicar los factores clave y poder intervenir para alcanzar la máxima eficiencia y eficacia e dicha organización aplicando los principios de responsabilidad social

CE5 - Saber gestionar y dirigir la fuerza de ventas que opera en una organización y aplicar los principios básico de esta materia en la gestión de equipos comerciales eficientes y responsables, es decir, que respeten los principios básicos de igualdad de género y oportunidades, con el fin de aplicar tecnicas de negociación y persuasión y, de esta forma, poder cerrar acuerdos comerciales satisfactorios

CE6 - Conocer y comprender la importancia de la gestión de compras e inventarios, así como la gestión de calidad de productos y servicios, a fin de cumplr los objetivos de trazabilidad marcados con respecto a clientes y proveedores, bajo un claro compromiso social.

CE7 - Aplicar los fundamentos de análisis financiero al diseño de operaciones de financiación de actividades comerciales, valorando adecuadamente sus riesgos económicos.

CE8 - Conocer y saber aplicar las operaciones relacionadas con las estructuras del análisis contable y los costes de la empresa para disponer de la información necesaria para la toma de decisiones en gestión comercial, especialmente las referentes a los precios de los productos/servicios

CE9 - Dominar la filosofía del marketing y sus principales fundamentos de cara a poder aplicar la distintas técnicas y herramientas de marketing, tales como la investigación comercial y de mercados utilizadas para conseguir conocer mejor el comportamiento del consumo intentando satisfacer sus deseos y necesidades de forma responsable y sostenible para la empresa

CE10 - Saber aplicar de forma responsable las distintas formas de comunicacion comercial entre empresas y particulares para entender el alcance y la trascendencia de fenómeno de la comunicación comercial en sus diversas manifestaciones: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, publicity, comunicación a través de Internet y otras TIC¿s.

CE11 - Desarrollar eficientemente los conceptos de marketing estratégico, así como las nuevas tecnicas de marketing, como el marketing director y el marketing relacional, de cara a su aplicación en la estrategia comercial de la empresa en las distintas etapas de la evolución de los mercados, en diferentes situaciones competitivas y en el ámbito internacional.

CE12 - Aprender eficientemente a gestionar de forma global productos y/o servicios con el fin de incorporar estrategias de innovación, packanging, y desarrollo que permitan a la empresa poner en el mercado una oferta más atractiva para los consumidores-usuarios tanto si son consumidores finales u otras organizaciones siempre respetando

los principios de responsabilidad social.

CE13 - Comprender las funciones de la distribución y la logística comercial y su papel como intermediaria de la actividad comercial, así como la planificación eficiente del canal de distribución para poder hacer llegar productos/servicios al consumidor final organizacional, ya sea a través de medios tradicionales (establecimientos) o utilizando las tecnologías de la información y la comunicación (Internet, telefonía móvil...).

CE14 - Saber plantear y analizar las diversas situaciones competitivas en las que se encuentra la empresa al querer operar en el extranjero para la puesta en práctica eficaz en una operación comercial internacional.

CE15 - Plantar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas que se presenten en el desarrollo de la actividad empresarial de cara a aplicar las técnicas matemáticas adecuadas para su resolución e interpretar la solución que proporciona el modelo de ámbito real.

CE16 - Conocer el método y los conceptos estadísticos necesarios para el análisis de mercado y las actividades comerciales: modelos que permiten predecir distintos escenarios futuros, obtener muestras válidas o aplicar análisis multivariable para la obtención de segmentación de mercados, mapas de posicionamiento, análisis factoriales, etc,

CE17 - Aprender las distintas herramientas informáticas que se utilizan en la actualidad dentro de la actividad comercial, nuevas tecnologías como las bases de datos de clientes, técnicas CRM o simulación comercial con el fin de poder elegir y manejar en cualquier momento la mejor herramienta disponible en una situación concreta de forma responsable.

CE18 - Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarlo en el ámbito comercial, por ejemplo, en situaciones de negociación comercial en el ámbito internacional

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	8.3%	100
Tutorías personalizadas	8.3%	100
Trabajo autónomo del/la alumno/a	75%	0
Exposiciones	8.3%	100

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Presentaciones	0-100
Calidad de la Memoria	0-100

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Corona, E., Bejarano, V. y González García J.R. (2014): *Análisis de Estados Financieros Individuales y Consolidados*. 1ª Edición. UNED. Madrid.
- Muñoz Merchante, A. (2009): *Análisis de estados financieros. Teoría y práctica*. 2ª edición. Ediciones Académicas. Madrid.
- Muñoz Merchante, A. (2009): *Análisis de estados financieros. Ejercicios y test*. 1ª edición. Ediciones Académicas. Madrid

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Amat, O. (2008): *Análisis de estados financieros*. 8ª edición. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

Archel Domench, P., Lizarraga Dallo, F., Sánchez Alegría, S. y Cano Rodríguez, M. (2010): *Estados contables*. Ediciones Pirámide, SA. Madrid.

Garrido, P. e Iñiguez, R. (2010): *Análisis de estados contables. Elaboración e interpretación de la información financiera*. Ediciones Pirámide, SA. Madrid.

Garrido Yaerte, R.; Lucio Fernández, J.J.; Peinado Gracia, M.L. y Mañas Alcón, E. (2003): *Análisis del entorno económico de la empresa*. 1ª edición. Ediciones Pirámide, SA. Madrid.

Gibson, Ch. H. (2009): *Financial reporting & Analysis: using financial accounting information*. 11th edition. South-Western Cengage Learning.

González Pascual, J. (2010): *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Fundamentos teóricos y aplicaciones*. 3ª edición. Ediciones Pirámide. Madrid.

- (2010): *Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Aplicaciones prácticas*. 3ª edición. Ediciones Pirámide. Madrid.

González Sainza, J. (2011): *Normas de consolidación. Comentarios y casos prácticos*. Centro de Estudios Financieros. Madrid.

López Herrera, Diego y otros (2012): *Contabilidad y análisis financiero. Especial referencia a las empresas turísticas*. Ed. Pirámide. Madrid.

Llorente Olier, J.J. (2010): *Manual de análisis de cuentas anuales*. 1ª edición. Centro de Estudios Financieros. Madrid.

- (2010): *Análisis de estados económico-financieros*. 1ª edición. Centro de Estudios

Financieros. Madrid.

Pérez-Carballo Veiga, J.F. (2010): *Diagnóstico económico-financiero de la empresa*. Esic Editorial. Pozuelo de Alarcón (Madrid).

Rivero Torre, P. (2009): *Análisis de balances y estados complementarios*. 2ª edición. Ediciones Pirámide, SA. Madrid.

Rojo Ramírez, A. (2011): *Análisis económico-financiero de la empresa. Un análisis desde los estados contables*. Garceta Grupo Editorial. Madrid.

Subramanyam, K.R. y Wild, J.J. (2009): *Financial statement analysis*. 10th edition. McGraw-Hill.

White, G.I.; Sondhi, A.C. y Fried D. (1997): *The analysis and use of financial statements*. 2nd edition. John Wiley & Sons. New York.

Wild, J.J.; Subramanyam, K.R. y Halsey, R.F. (2007): *Análisis de estados financieros*. 9ª edición. McGraw-Hill Interamericana. México.

Idioma en que se imparte
Castellano
Otra información <i>(opcional)</i>