



FACULTAD DE COMERCIO Y
TURISMO UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
DE MADRID



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Trabajo Fin de Grado	Código	801966
Módulo	Trabajo Fin de Grado	Materia	Trabajo Fin de Grado
Carácter	Obligatoria	Créditos	6
Curso	4º	Semestre	Segundo

Departamento Responsable	Interdepartamental
Coordinador/a	El/la Coordinador/a de Grado Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados

GRADO EN COMERCIO

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

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.
- Participación en actividades *Business Game*, simuladores de juego de empresas adecuadamente dirigidas y autorizadas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Se requiere haber superado previamente todos los créditos del Grado.

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 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

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 responsables 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 identificar 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 básicos 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 técnicas 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 cumplir 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 comunicación 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 técnicas 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, *packaging*, 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 a 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 validad 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	HORAS	PRESENCIALIDAD
Seminarios	12,5	100
Tutorías personalizadas	12,5	100
Trabajo autónomo del/la alumno/a	112,5	0
Exposiciones	12,5	100

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Presentaciones	20%
Calidad de la Memoria	80%



RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Idioma en que se imparte
Castellano
Otra información
<p>Los profesores/as tutores/as son los responsables de la evaluación, tanto del trabajo como de la defensa oral. El profesor/a tutor/a podrá otorgar al TFG una calificación máxima de 8,9; no obstante, podrá proponer a la Comisión del TFG calificaciones superiores que serán otorgadas por la propia Comisión. En este caso, la Comisión del TFG podrá, si lo considera conveniente, convocar al/la estudiante a una posterior defensa oral ante un Tribunal nombrado por la Comisión de TFG.</p> <p>La presentación oral será una síntesis del trabajo y se destacarán los principales hallazgos e implicaciones del mismo.</p>



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO