



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



Grado
Ciencias Sociales y Jurídicas

Comercio

Plan de Estudios

| TIPO DE ASIGNATURA | ECTS |
|----------------------|------------|
| Formación Básica | 60 |
| Obligatorias | 132 |
| Optativas | 30 |
| Prácticas Externas | 12 |
| Trabajo Fin de Grado | 6 |
| Total | 240 |

| PRIMER CURSO | ECTS |
|-----------------------------------|------|
| Contabilidad | 6 |
| Derecho Civil | 6 |
| Economía Española y Mundial | 6 |
| Fundamentos del Marketing | 6 |
| Gestión Financiera | 6 |
| Historia Económica y del Comercio | 6 |
| Idioma: Inglés, Francés o Alemán | 6 |
| Introducción a la Economía | 6 |
| Matemáticas | 6 |
| Organización de Empresas | 6 |

| SEGUNDO CURSO | ECTS |
|--|------|
| Comunicación Comercial: Publicidad y Promoción | 6 |
| Contabilidad de Costes | 6 |
| Derecho Laboral | 4,5 |
| Derecho Mercantil | 9 |
| Derecho Tributario | 4,5 |
| Estadística: Análisis de Datos e Inferencia | 6 |
| Idioma para la Gestión Comercial I: Inglés, Francés o Alemán | 6 |
| Informática Aplicada a la Gestión Comercial | 6 |
| Matemáticas para la Gestión Comercial | 6 |
| Microeconomía | 6 |

| TERCER CURSO | ECTS |
|---|------|
| Análisis Contable | 6 |
| Comercio Electrónico | 6 |
| Comportamiento del Consumidor | 6 |
| Distribución Comercial y Gestión Logística | 6 |
| Gestión de Compras e Inventarios | 6 |
| Gestión de Ventas y Negociación Comercial | 6 |
| Técnicas Estadísticas Multivariantes en Gestión Comercial | 6 |
| Tres Optativas | 18 |

| CUARTO CURSO | ECTS |
|--------------------------------|------|
| Comercio Internacional | 6 |
| Creación de Empresas | 6 |
| Gestión de la Fuerza de Ventas | 6 |
| Investigación Comercial | 6 |
| Marketing Estratégico | 6 |
| Prácticas Externas | 12 |
| Dos Optativas | 12 |
| Trabajo Fin de Grado | 6 |

| OPTATIVAS DE 3ER Y 4º CURSO | ECTS |
|--|------|
| Análisis y Tratamiento Estadístico de Datos Cualitativos de Clientes | 6 |
| Coaching y Desarrollo Personal | 6 |
| Contabilidad Informática para el Comercio | 6 |
| Control Contable de las Empresas Comerciales | 6 |
| Gestión de Calidad | 6 |
| Idioma para la Gestión Comercial II: Inglés | 6 |
| Idioma para la Negociación Internacional: Inglés | 6 |
| Marketing Directo y Marketing Relacional | 6 |
| Marketing entre Organizaciones | 6 |
| Merchandising y Gestión de Categorías | 6 |
| Política de Productos y Servicios | 6 |
| Políticas de Comercio Interior | 6 |
| Simulación Comercial | 6 |

| CRÉDITOS DE PARTICIPACIÓN | ECTS |
|---------------------------|------|
| Cualquier curso | 6 |

Conocimientos que se adquieren

- 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 y la era digital.
- 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

- Director comercial.
- Director de marketing.
- Director de marketing digital.
- Director de ventas.
- Director de producto.
- Jefe de áreas de distribución.
- Jefe de sección comercial.
- Jefe de grandes cuentas.
- Jefe de redes comerciales.
- Jefe de expansión.
- Controllers.
- Gestor comercial.
- Delegado comercial.
- Director de sucursal.
- Técnico comercial.
- Ejecutivo comercial.
- Ejecutivo de ventas.
- Ejecutivo de grandes cuentas.
- Gestor de cuentas (Key Account Manager).
- Trade managers.
- Técnico de postventas.
- Responsable de merchandising.
- Comercial/agente comercial.





UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



una-europa.eu

Grados UCM



Facultad de Comercio y Turismo

Avda. de Filipinas 3. 28003 Madrid
comercioyturismo.ucm.es

Para más información: www.ucm.es/estudios/grado-comercio

Enero 2024. El contenido de este díptico está sujeto a posibles modificaciones

www.ucm.es

