



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



Doble Grado

Facultad de Comercio y Turismo

Turismo / Comercio

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 Multivariadas 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
Madrid y su Región Turística	6
Marketing Directo y Marketing Relacional	6
Planificación y Gestión Turística de Recursos Culturales	6
Política de Productos y Servicios	6
Políticas de Comercio Interior	6
Pragmática de la Comunicación Intercultural	6
Psicología Social del Turismo	6
Simulación Comercial	6
Turismo, Sostenibilidad y Medio Ambiente	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



una-europa.eu

Grados UCM



Doble Grado en Turismo - Comercio

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Facultad de Comercio y Turismo

Avda. de Filipinas, 3. 28003 Madrid

comercioyturismo.ucm.es

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

Enero 2025. El contenido de este díptico está sujeto a posibles modificaciones

www.ucm.es

