

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS DEL GRADO EN COMERCIO

Objetivos generales del título

El grado en Comercio tiene como objetivo general formar a profesionales capacitados para desempeñar labores propias del departamento comercial y demás departamentos de la organización, proporcionándoles una formación práctica y de aplicación directa.

Estos graduados poseerán un conocimiento amplio y profundo del mundo de las organizaciones y de las áreas que las conforman. Estarán formados para el análisis, el diagnóstico y la toma de decisiones estratégicas mediante la correcta utilización de los métodos, procedimientos y herramientas de aplicación a las organizaciones.

Específicamente deben tener conocimientos de planificación y gestión comercial, gestión del comercio exterior, gestión de aprovisionamientos y distribución, dirección de equipos de ventas, investigación de mercados, sistemas de información integrados para la gestión, contratación laboral y tributación de operaciones comerciales, entre otros. Todo ello con la utilización u dominio de diferentes lenguas extranjeras y de las TICs específicas.

Esta formación capacitará a los futuros titulados para afrontar los diferentes retos que se presenten en el desempeño de su profesión, contribuyendo al mantenimiento, mejora y desarrollo de la organización tanto en los mercados nacionales como internacionales.

Los objetivos formativos del Grado en Comercio son:

O1. Formar profesionales versátiles, pragmáticos, capacitados para crear su propio negocio, para el desarrollo del ejercicio libre de la profesión, o para desempeñar diversas tareas en organismos e instituciones, tanto en el ámbito nacional como internacional.

O2. Ofrecer a los estudiantes una sólida capacitación metodológica de gestión y tratamiento de la información que les dote de ventajas competitivas en el desempeño de su actividad profesional, a través de un adecuado nivel de interdisciplinariedad, transversalidad e integración del programa docente.

O3. Integrar el aprendizaje de esta etapa de la formación del estudiante en su vida profesional, subrayando el papel fundamental de la formación continua y autónoma.

O4. Aplicar los criterios de igualdad de género, oportunidades, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos en el ámbito personal y profesional.

Objetivos específicos del Grado:

OE1. Formar profesionales capaces de gestionar y dirigir las actividades del comercio y otras áreas vinculadas, con una visión integral de las tendencias del mercado colaborando en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.

OE2. Fundamentar y promover en los estudiantes el conocimiento de los agentes, recursos y procesos que definen y/o contextualizan la profesionalización, inserción y desempeño laboral de la actividad comercial en diferentes entornos económicos, asociando esta actividad comercial a una concepción integral de la organización.

OE3. Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía e instruirle en los recursos necesarios para desenvolverse en dicho marco y en las técnicas para abordar con éxito el objetivo de competir en un mercado global.

OE4. Formar a los estudiantes en los aspectos relativos al proceso comercial en su integridad, algunos más vinculados, como la comunicación y el marketing, y otros relacionados con el entorno, con el análisis de la situación económica nacional e internacional, el derecho, la financiación, la gestión de riesgos financieros y comerciales y otros aspectos que inciden sobre este proceso.

OE5. Analizar las diferentes áreas funcionales que afectan de forma directa y global a la gestión del comercio, combinando la formación específica con las habilidades personales, directivas y comerciales, el manejo de las TICs y la utilización fluida de los idiomas específicos.

OE6. Desarrollar en los estudiantes la capacidad crítica y la responsabilidad ética en el análisis de las realidades empresariales, de forma que sepan analizar los problemas y dificultades que tiene la organización en la que trabajan, pudiendo aportar soluciones para mejorar la capacidad competitiva de su empresa, y aplicar lo antes descrito desde los criterios de igualdad de género, oportunidades, responsabilidad social y respeto por los derechos humanos.

Estos objetivos formativos están relacionados con la adquisición de competencias que describiremos a continuación, así como con el plan de estudios que también se puede consultar en esta web.

Competencias generales

CG1. Adquirir conocimientos de gestión, de las técnicas instrumentales, así como de los elementos más avanzados e innovadores en el estudio de la actividad comercial para su utilización en el comercio.

CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos al desempeño de su futura labor profesional, desarrollando las capacidades conceptuales y operativas de los futuros directivos y gestores del negocio en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación constante.

CG3. Recopilar, procesar e interpretar información social, económica y jurídica que permitan emitir juicios sobre temas relevantes en el marco del comercio.

CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.

CG5. Adquirir habilidades de liderazgo, trabajo autónomo y en equipo, motivación, flexibilidad, así como comportamiento responsable y ético para desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la organización y en el entorno.

CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales.

Competencias generales transversales

CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).

CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.

CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

CT4. Capacidad de análisis y síntesis y pensamiento crítico.

CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.

CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.

CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.

CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.

CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.

CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

CT12. Creatividad.

CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.

CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.

CT15. Compromiso ético en el trabajo.

CT16. Iniciativa.

CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias específicas

CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.

CE2. Conocer las teorías que analizan la intervención del estado en materia económica y sus instrumentos, así como el concepto de estrategia, su tipología y objeto, y saber vincular el objeto y condiciones de los programas de promoción económica con la estrategia y actividades de la organización, así como saber instrumentarlos en apoyo de la estrategia empresarial.

CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.

CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.

CE5. Comprender los objetivos, alcance y valor de la función de aprovisionamiento y distribución comercial, sus interrelaciones con el resto de áreas y su papel como intermediaria de la actividad comercial, con el fin de diseñar estrategias para la provisión y comercialización de bienes y servicios.

CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.

CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.

CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.

CE9. Conocer las instituciones más relevantes del Derecho de la empresa mercantil, adquiriendo capacidad para entender e informar sobre los principales aspectos jurídico-empresariales.

CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.

CE11. Comprender el concepto de calidad, sus implicaciones en el desarrollo de las tareas y funciones y su influencia en la reputación comercial, así como saber evaluar e implantar sistemas de gestión y normas de calidad.

CE12. Entender la normativa reguladora de las relaciones laborales y de la seguridad social, adquiriendo la capacidad de informar y gestionar en materia de empleo, contratación laboral y riesgos para la salud asociados a las tareas, adquiriendo capacidades y destrezas para la confección de nóminas, cotizaciones sociales y finiquitos.

CE13. Conocer los reglamentos de los impuestos, en particular los que afectan a las transacciones, con el fin de saber cumplimentar las correspondientes declaraciones, así como el régimen jurídico de la obligación tributaria y los procedimientos de aplicación de los tributos, en especial la liquidación, recaudación e inspección.

CE14. Comprender y saber analizar el rol socioeconómico del emprendedor y del directivo profesional, así como saber elaborar un plan de negocio.

CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.

CE16. Conocer y entender el tratamiento jurídico de los tipos más relevantes de los contratos mercantiles, aprendiendo a interpretarlos y a conocer los principios básicos de su redacción y ejecución a través de las distintas modalidades de cumplimiento y pago, en especial a través de efectos de comercio y adquiriendo competencia para su extensión y comprensión sobre las consecuencias de su utilización.

CE17. Ser capaz de identificar y operar con los sujetos colectivos en el campo de las relaciones laborales, así como con sus instituciones básicas: libertad sindical, negociación colectiva y derecho de huelga.

CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.

CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.

CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.

CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.

CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.

CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.

CE25. Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales.

CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.