

PROGRAMAS FORMATIVOS

OBJETIVOS GENERALES PARA TODOS LOS PROGRAMAS

- Comprender el sistema general de funcionamiento de las diferentes áreas funcionales y su importancia dentro de la empresa.
- Aprender de forma práctica y activa el funcionamiento de cada departamento y sus interrelaciones.
- Adquirir habilidades y conocimientos de cada una de las tareas esenciales que se desarrollan en los departamentos.
- Analizar el modelo organizativo de la empresa y los procesos relacionados con ella.
- Ser capaces de integrarse en los equipos de trabajo ya existentes.

PROGRAMAS PROPIOS DEL GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

ITINERARIO CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS. Programa formativo 1.

- Aplicar la metodología propia de los proyectos empresariales y de análisis de viabilidad empresarial para la creación y el desarrollo de empresas.
- Identificación de recursos y capacidades necesarios para la creación de empresas. Estudio de las áreas funcionales de la empresa y de su coordinación. Análisis de las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Realizar planes estratégicos para la empresa mediante el uso de las herramientas de la Dirección Estratégica.
- Diseñar el sistema de objetivos de la empresa determinando su misión, visión y valores, sus objetivos generales y sus objetivos operativos, mediante el uso de la Matriz interés-poder y de los conceptos de responsabilidad social corporativa y gobierno corporativo.
- Realizar diagnósticos estratégicos a través del uso de las herramientas del análisis interno o enfoque de recursos y capacidades y del análisis externo o del entorno. Identificar fortalezas, debilidades y oportunidades para la empresa. Determinar fuentes de ventajas competitivas.
- Realizar análisis, evaluación y selección de estrategias empresariales en sus diferentes niveles: corporativo, competitivo o de negocios y funcional.
- Participar en el diseño organizativo de la empresa mediante la elaboración de su estructura organizativa: análisis de los factores

de contingencia, análisis de las variables de diseño de puestos de trabajo, fijación de mecanismos de coordinación y estudio de las tipologías de estructuras.

- Intervenir en el diseño de los sistemas de planificación y de control de la empresa: planificación estratégica, táctica y operativa y control de vigilancia, de premisas y de implementación. Aplicación del *Balanced Scorecard* o Cuadro de Mando Integral de la empresa.
- Intervenir en el diseño de los sistemas de información y de comunicación de la empresa: horizontal, vertical y cruzada.

ORGANISMOS

- Consultoría de empresas
- Departamento de Administración.
- Dirección General de la empresa.
- Staff de apoyo a la Gerencia
- Departamento Financiero
- Departamento de Comercialización
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Producción
- Departamento de I+D+i

ITINERARIO DIRECCIÓN COMERCIAL. Programa formativo 2. Dirección comercial.

- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.
- Utilizar los métodos más adecuados en la negociación de las condiciones de contratación y venta de productos o servicios.
- Aplicar los procesos y procedimientos de administración y gestión, de información y documentación en un departamento de atención al cliente o de comercialización de productos y/o servicios.
- Aplicar procedimientos para obtener, procesar y distribuir la información necesaria en el desarrollo de los procesos de gestión comercial y de atención al cliente, tanto interna como externamente.
- Distinguir y analizar las diferentes partidas que componen un presupuesto de marketing.
- Aplicar la normativa mercantil que regula los contratos de servicio y los derechos del cliente-consumidor y la que afecta a la protección de datos de carácter personal.
- Utilizar de herramientas informáticas de gestión y administración comercial.
- Evaluar diferentes, alternativas y herramientas disponibles a la hora de tomar decisiones comerciales y de marketing en los campos de investigación de mercados, desarrollo y lanzamiento de productos, establecimiento de políticas de precios, publicidad, promoción, distribución, relaciones públicas, negociaciones con clientes, etcétera.

- Análisis y prospección de mercados nacionales e internacionales.
- Realizar informes comerciales de clientes objetivo.
- Colaborar con los comerciales de la empresa y dirigir, formar y motivar al equipo de ventas.

ORGANISMOS

- Departamento de comercialización.
- Departamento compras/ventas.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA.

Programa formativo 3. Dirección de operaciones y logística.

- Conocer las fuentes reguladoras y los aspectos básicos del contrato de transporte.
- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en gestión de pedidos y operaciones de logística.
- Aplicar métodos de la gestión de almacenes.
- Utilizar procedimientos de administración y gestión, de información y documentación en un departamento de logística.
- Aplicar procedimientos para obtener, procesar y distribuir la información necesaria en el desarrollo de los procesos de logística.
- Evaluar diferentes opciones, alternativas y herramientas disponibles a la hora de tomar decisiones respecto a la gestión de transporte.

ORGANISMOS

- Departamento compras/ventas.
- Departamento exportación/importación.
- Departamento de logística.
- Departamento de almacén-inventario.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA.

Programa formativo 4. Control de calidad, innovación y riesgos.

- Utilizar de herramientas informáticas aplicadas a la gestión de la calidad y el impacto en el medio ambiente.
- Aplicar procedimientos de mejora continua en todos los ámbitos de la organización.
- Establecer un sistema de indicadores de calidad de gestión y producto.
- Aplicar las técnicas, modelos y herramientas de gestión de la calidad y de la mejora continua, y saber diseñar políticas y estrategias efectivas en este ámbito.

- Diseñar políticas y estrategias de gestión de la innovación aplicando las técnicas, modelos y herramientas adecuadas.
- Realizar informes de riesgos laborales.
- Evaluar los riesgos laborales y gestionar planes de prevención.

ORGANISMOS

- Departamento de producción.
- Departamento de control de gestión.
- Departamento de I+D.
- Departamento de seguridad y riesgos.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Programa formativo 5. Dirección de recursos humanos.

- Conocer los elementos fundamentales del ordenamiento laboral.
- Aplicar de las normas laborales a la solución de problemas concretos.
- Plantear objetivos y estrategias en los diferentes niveles de la gestión de recursos humanos así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución
- Planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en práctica de las estrategias de recursos humanos.
- Proponer sistemas de previsión social complementaria y evaluar los efectos de su implantación en la organización.
- Diseñar estrategias de recursos humanos acordes con las necesidades de la empresa y las condiciones del entorno, así como implementarlas de manera efectiva.

ORGANISMOS

- Departamento de recursos humanos.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE FINANCIERA. Programa formativo 6. Dirección financiera.

- Conocer los fundamentos básicos que rigen las operaciones y los mercados financieros.
- Conocer los mercados de renta fija, variable y sus derivados así como los diferentes títulos que se negocian en los mismos.
- Conocer la problemática financiera en contextos específicos (Pymes, Empresas Familiares, etc.).
- Elaborar, interpretar y analizar adecuadamente los estados financieros de las organizaciones, así como comprender sus implicaciones en otras decisiones y áreas empresariales.
- Aplicar correctamente un modelo de valoración común para el análisis de operaciones financieras de inversión y de financiación.

- Estimar los parámetros que definen las inversiones productivas y para conocer los diferentes métodos de valoración de inversiones
- Medir y valorar el riesgo de los activos financieros y sus aplicaciones en las inversiones productivas
- Proponer diferentes instrumentos de financiación y ser capaz de determinar la política de endeudamiento de la empresa.
- Establecer la planificación financiera de la empresa.
- Evaluar el entorno financiero nacional e internacional y los riesgos que conlleva.
- Analizar las operaciones de activo y pasivo de las entidades de crédito así como las derivadas de la instrumentación de política monetaria, las interbancarias y las fuera de balance.
- Valorar activos financieros y contratos derivados, y gestionar carteras de renta fija y variable.

ORGANISMOS

- Departamento de dirección financiera.

ITINERARIO DIRECCIÓN JURÍDICO-EMPRESARIAL. Programa formativo 7. Dirección jurídico-empresarial.

- Conocer el régimen jurídico y el funcionamiento de los órganos de las sociedades mercantiles.
- Conocer los sujetos y las instituciones del ordenamiento jurídico de mayor incidencia en la vida económica.
- Conocer la dimensión internacional de la tributación y su efecto en la empresa.
- Comprender la relación entre la fiscalidad y las decisiones empresariales.
- Elaborar la documentación societaria y del registro mercantil
- Aplicar el marco fiscal español, con especial referencia al ámbito empresarial.
- Anticipar las situaciones de carácter fiscal a las que se enfrenta la empresa.
- Colaborar en la liquidación de los impuestos de la empresa.
- Capacidad para analizar contratos formales e informales y el reparto del riesgo.

ORGANISMOS

- Departamento de contable-fiscal.
- Departamento jurídico.
- Departamento de asesoría jurídica.

PROGRAMAS PROPIOS DEL GRADO EN ECONOMÍA

ITINERARIO EN ECONOMÍA PÚBLICA. Programa formativo 8. PRÁCTICAS EN INSTITUCIONES PÚBLICAS.

- Identificar las actuaciones y funciones del sector público en la economía y el desarrollo pormenorizado de las diferentes políticas de ingresos públicos y los programas de gasto público.
- Realizar funciones junto a los técnicos responsables.
- Colaborar en la gestión administrativa y presupuestaria.
- Colaborar en la búsqueda y tramitación de subvenciones.
- Gestión de bases de datos.
- Realización de informes.
- Colaborar en la atención al ciudadano.

ORGANISMOS

- Ayuntamientos.
- Mancomunidades.
- Diputaciones.
- Consellerías.
- Ministerios.
- Banco de España.

ITINERARIO EN ECONOMÍA PÚBLICA. Programa formativo 9. PRÁCTICAS EN INSTITUCIONES DE ECONOMÍA SOCIAL.

- Analizar la naturaleza y características de las diferentes formas organizativas de la Economía Social de mercado: cooperativas, sociedades laborales y mutualidades.
- Analizar la naturaleza y características de las diferentes formas organizativas de la Economía Social de no mercado o *Non Profit*: asociaciones y fundaciones.
- Estudio de las políticas públicas destinadas al fomento de la Economía Social.
- Aplicar las Tecnologías de la Información y Comunicación, las redes empresariales y la innovación a las instituciones de la Economía Social.
- Estudio del régimen jurídico, fiscal y contable de las entidades e instituciones de la Economía Social.
- Análisis de la Administración y Dirección de las empresas e instituciones de la Economía Social.
- Aplicación al caso de las empresas de trabajo asociado y de consumidores: cooperativas de trabajo asociado, sociedades laborales y cooperativas de consumidores y usuarios.
- Aplicación al caso de las cooperativas agrarias y el desarrollo rural y de las entidades financieras de la Economía Social.

- Aplicación al caso de las empresas de inserción y empresas sociales en general. Estudio del emprendimiento y la innovación social.

ORGANISMOS

- Instituto Universitario de Investigación en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento IUDESCOOP.
- Dirección General de Empleo, Cooperativismo y Economía Social de la Generalitat Valenciana.
- Cooperativas y Sociedades laborales.
- Asociaciones y Fundaciones.
- Agencias de Empleo y Desarrollo Local de Ayuntamientos, Mancomunidades y Diputaciones.
- Uniones, Federaciones y Confederaciones de Cooperativas.
- Otras instituciones privadas y organismos públicos relacionados con la Economía Social.

ITINERARIO ECONOMÍA INTERNACIONAL, REGIONAL Y URBANA. Programa formativo 10.- PRÁCTICAS EN ECONOMÍA INTERNACIONAL.

- Analizar la naturaleza comercio internacional y el marco financiero en que éste se desarrolla.
- Evaluar el entorno económico español, europeo e internacional, los sectores productivos y el funcionamiento de las instituciones.
- Gestionar proyectos de Economía Internacional.
- Búsqueda de bibliografía.
- Tramitar subvenciones.
- Manejar bases de datos.
- Realizar informes.

ORGANISMOS

- Institutos afines (IVEX, Instituto de Economía Internacional, Centro de documentación Europea, etc.).
- Instituciones de la Unión Europea.
- Otros organismos internacionales: OCDE, OIT, FMI, Banco Mundial, ONG's.
- Ministerios.
- Etc.

ITINERARIO ECONOMÍA INTERNACIONAL, REGIONAL Y URBANA. Programa formativo 11. PRÁCTICAS EN ORGANISMOS DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL.

- Comprender los mecanismos que explican la distribución de la actividad económica en el espacio y los procesos de desarrollo regionales y urbanos.
- Planificar políticas económicas instrumentales, sectoriales y estructurales.
- Organizar y poner en marcha proyectos de desarrollo local y regional encaminados a impulsar la actividad económica y el empleo.
- Colaborar en la búsqueda y tramitación de subvenciones.
- Gestionar de bases de datos.
- Realizar de informes.

ORGANISMOS:

- Ayuntamientos.
- Consellerías.
- Diputaciones.
- Mancomunidades.
- Organismos de desarrollo local y regional.
- Instituto de Desarrollo Local de la Universitat de València.
- Cámaras de comercio.
- Asociaciones profesionales o empresariales.
- Sindicatos.
- Asociaciones sectoriales.
- Etc.

ITINERARIO ANÁLISIS ECONÓMICO. Programa formativo 12. PRÁCTICAS EN SERVICIOS DE ESTUDIOS E INSTITUTOS UNIVERSITARIOS.

- Buscar bibliografía en fuentes profesionales.
- Identificar y tratar bases de datos.
- Utilizar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el análisis, diagnóstico y prospección económica, como lo son las matemáticas, la estadística y la econometría.
- Colaborar en la realización de informes y artículos económicos.
- Colaborar en la realización y análisis de experimentos económicos en laboratorio.
- Buscar convocatorias de ayuda a la investigación.

ORGANISMOS:

- Institutos Universitarios (Instituto de Economía Internacional, Instituto de Desarrollo Local, Linnex, etc.).
- Institutos de Investigación (Ivie, etc.).

- Servicios de estudios de sindicatos, grandes corporaciones, Bancos asociaciones profesionales o sectoriales.
- Banco de España.
- INE.
- Cámaras de comercio.
- Etc.

ITINERARIO ECONOMÍA INDUSTRIAL Y DE LA EMPRESA.

Programa formativo 13. PRÁCTICAS EN ESTRATÉGIA EMPRESARIAL E INDUSTRIAL.

- Participar en las decisiones intra-empresa (como mantener una actividad de la cadena productiva dentro de la empresa o contratarla fuera).
- Colaborar en las decisiones inter-empresa que implica evaluar el entorno competitivo en el que se mueve (número de oferentes y demandantes, barreras de entrada, aspectos legislativos, estrategias en que se compite).
- Tomar de decisiones sobre precios, calidad, posicionamiento del producto, entrada en mercados, gasto en publicidad, gasto en I+D, etc.
- Identificar los elementos que puedan suponer una ventaja en el mercado.
- Vigilar los comportamientos contrarios a la competencia.
- Participar en decisiones estratégicas desde el punto de las políticas microeconómicas (industrial, comercial y de competencia).

ORGANISMOS:

- Empresas Públicas: Navantia, CASA, etc
- Organismos Públicos: ICO, Reguladores, Consellerías, Ministerio (Tesoro, Presupuestos, etc.), Banco de España, CNMV, CES, Puertos del Estado, AENA, etc.
- Empresas privadas: Los Servicios de Estudios del sector financiero (BBVA, Santander) y Think Tank.
- Intermediarios financieros (brokers) y banca de inversión.
- Asociaciones profesionales y empresariales; cámaras de comercio.

ITINERARIO ECONOMÍA INDUSTRIAL Y DE LA EMPRESA.

Programa formativo 14. PRÁCTICAS EN INSTITUCIONES FINANCIERAS.

- Analizar e interpretar la información económica financiera de las empresas.
- Conocer los conceptos básicos del análisis financiero y del funcionamiento de los mercados.
- Adquirir conocimiento de tipologías de contrato y normativa bancaria, de seguros y bursátiles.
- Colaborar en las estrategias financieras del organismo.
- Adquirir conocimiento de los productos y servicios financieros.
- Colaborar con el departamento de inversiones.
- Adquirir habilidades comerciales y de marketing (tipologías de cliente, principios de atención al cliente, estrategias y planes de comunicación con el cliente, etc.).

ORGANISMOS:

- Intermediarios financieros (brokers).
- Empresas financieras.
- Bancos (central).
- Aseguradoras (Central).
- Bolsa.
- Banco de España.

PROGRAMAS PROPIOS DEL GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

PRÁCTICAS EN AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA. Programa formativo 15

- Conocer cómo se realiza el análisis del proceso de auditoría, identificando sus diferentes fases, los flujos de información que se generan y los instrumentos que se utilizan.
- Colaborar en los procedimientos de control interno de la empresa.
- Aplicar las normas técnicas y los procedimientos de auditoría, su interpretación y la documentación del desarrollo del trabajo.
- Colaborar en el análisis de los procedimientos y resultados relativos a las incidencias del trabajo de auditoría.

PRÁCTICAS EN DEPARTAMENTO FISCAL-CONTABLE.

Programa formativo 16

- Aplicar la normativa tributaria que afecta a la actividad empresarial.
- Analizar las implicaciones financieras de la práctica fiscal.
- Utilizar los conceptos mercantiles básicos necesarios para la práctica fiscal.
- Aplicar la metodología tributaria y los criterios más adecuados para concluir eficazmente el trabajo.
- Utilizar la legislación que regula los procedimientos y el tratamiento de la documentación fiscal.
- Analizar las implicaciones e interrelaciones entre la normativa fiscal, contable y mercantil.
- Evaluar la aplicación más adecuada de la norma para cada cliente.

PRÁCTICAS EN DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO-CONTABLE.

Programa formativo 17

- Aplicar adecuadamente la metodología contable y los criterios del Plan General de Contabilidad.
- Analizar la legislación mercantil que regula el tratamiento de la documentación contable.
- Evaluar las características de los elementos patrimoniales y su función en el desarrollo de la actividad empresarial.
- Analizar las tareas del área de tesorería y las características de la documentación relativa a sugestión.
- Aplicar procedimientos de control y registro en la gestión de tesorería.
- Cumplimentar las obligaciones contables y mercantiles, conforme a la normativa vigente.
- Colaborar en la recepción de facturas de proveedores y otros acreedores.
- Contabilizar y enviar el pagaré al proveedor. Colaborar en la preparación del IVA.
- Archivar expedientes, documentación, etc.
- Colaborar en la auditoría de cuentas anuales.
- Buscar y tramitar subvenciones oficiales.

PRÁCTICAS EN SOCIEDADES Y AGENCIAS DE INVERSIÓN.

Programa formativo 18

- Revisar el análisis y la gestión de inversiones en sociedades y agencias de inversión.
- Colaborar en las gestiones con los intermediarios financieros.
- Preparar órdenes de compra y venta de valores por cuenta de sus clientes.
- Recibir, transmitir y preparar órdenes de compra y venta de bonos, acciones y otros.

- Colaborar en la gestión de patrimonios o las carteras de inversión de los clientes que operen en la agencia.
- Identificar divisas con determinados niveles de riesgo utilizando diferentes estrategias.
- Colaborar con los intermediarios cuando las empresas realizan emisiones de acciones o de bonos u obligaciones, y cuando llevan a cabo ofertas públicas de venta de valores, poniendo en conocimiento de los inversores estas emisiones y ofertas, de forma que puedan comprar si lo desean.
- Preparar y revisar documentación para la concesión de créditos o préstamos a los inversores para que éstos puedan realizar las operaciones en las que interviene esa sociedad o agencia de inversión.

PRÁCTICAS EN ENTIDADES DE CRÉDITO. Programa formativo 19

- Conocer el funcionamiento de una oficina bancaria.
- Aplicar los conocimientos básicos financieros previamente adquiridos.
- Implicarse en la cultura y estrategias financieras.
- Colaborar en la venta de productos y servicios financieros.
- Colaborar en la operatoria contable práctica (apertura terminal, bases de datos, apertura de cuentas, operaciones en camino, domiciliaciones, etc.).
- Aplicar habilidades comerciales y de marketing (tipologías de cliente, principios de atención al cliente, estrategias y planes de comunicación con el cliente, etc.).

PRÁCTICAS EN ENTIDADES ASEGURADORAS. Programa formativo 20

- Adquirir los conocimientos adquiridos sobre tipologías de contrato y normativa de seguros.
- Aplicar habilidades comerciales y de marketing (tipologías de cliente, principios de atención al cliente, estrategias y planes de comunicación con el cliente, etc.)
- Colaborar en la contratación de seguros.
- Colaborar en la tramitación de siniestros.
- Mantener y gestionar la base de datos de clientes.
- Gestionar los cobros devueltos.

PRÁCTICAS EN ASESORÍAS DE TITULARES MERCANTILES Y EMPRESARIALES. Programa formativo 21

- Conocer los diferentes departamentos del despacho y a su personal, así como el uso de los recursos del mismo.
- Acompañar a la/s personas que realizan la tramitación y gestión de documentación en los distintos Organismos Públicos y entidades financieras, para familiarizarse con el procedimiento y poderlo realizar, cuando el/los encargado/s de dicho cometido consideren que está preparado.

Actividades específicas

▪ Estimación objetiva (D.S.E.O.) I.R.P.F.; IVA e I.P.

- Analizar tanto los textos legales como las publicaciones que tenga el despacho relacionado con los impuestos del epígrafe y con el régimen de Estimación, para conocer la estructura de cada impuesto.
- Analizar y manejar los programas que utilice el despacho.

▪ Contabilidad

- Manejo de documentos y la contabilización de todos ellos así como el familiarizarse con la obtención de listados tanto por pantalla como por impresora y la confección de informes que el asesor presenta a las empresas.
- Introducción de facturas tanto de ventas como de compras y su archivo.
- Introducción de los justificantes de gastos y su archivo, así como de los de cobros y pagos.
- Punteo y repaso de cuentas de clientes, proveedores y extractos bancarios para que se acostumbre a leer y entender los mismos.
- Listado de balances con lectura y comprobación de los mismos.
- Emisión de listados de contabilidad para su posterior encuadernación y legalización de libros en el Registro Mercantil.
- Elaboración de informes.

▪ I.R.P.F. e Impuesto de Patrimonio

- Conocimiento completo de la confección de declaraciones de renta y patrimonio, debiendo conocer las diferentes fases de elaboración, tanto en las sencillas como en las complicadas partiendo de hechos y documentos reales.

▪ Impuesto sobre Sociedades, Cuentas Anuales y Memoria

- Conocimiento de las diversas fases de la elaboración del Impuesto de Sociedades, Memoria y Cuentas Anuales.

ORGANISMOS

- Auditoras
- Aseguradoras
- Entidades de crédito
- Agencias de inversión
- Asesorías fiscales-contables
- Departamento de auditoría.
- Departamento fiscal-contable.
- Departamento administrativo-contable.

PROGRAMAS PROPIOS DEL GRADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

ITINERARIO ORGANIZACIÓN Y MARKETING. Programa formativo 22.- PRÁCTICA DE GESTIÓN Y MARKETING EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES INTERNACIONALIZADAS.

- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.
- Aplicar los métodos más adecuados en la negociación internacional de las condiciones de contratación y venta de productos o servicios.
- Utilizar los procedimientos de administración y gestión, de información y documentación en un departamento de atención al cliente o de comercialización de productos y/o servicios en una empresa con actividad internacional.
- Aplicar procedimientos para obtener, procesar y distribuir la información necesaria en el desarrollo de los procesos de gestión comercial y de atención al cliente internacional, tanto interna como externamente.
- Utilizar las herramientas informáticas de aplicación a la gestión y administración comercial internacional.
- Aplicar diferentes opciones, alternativas y herramientas disponibles a la hora de tomar decisiones comerciales y de marketing en los campos de desarrollo y lanzamiento de productos, establecimiento de políticas de precios, publicidad, promoción, distribución, relaciones públicas, negociaciones con clientes, etc. en los mercados exteriores.
- Análisis y prospección de mercados internacionales.
- Realizar informes comerciales de clientes objetivo de otros mercados.
- Colaborar con los comerciales de la empresa.

Organismos

- Departamento de comercialización.

- Departamento exportación/importación.
- Asociaciones de promoción exterior.

ITINERARIO ORGANIZACIÓN Y MARKETING. Programa formativo 23. PRÁCTICA DE OPERACIONES INTERNACIONALES.

- Utilizar la normativa mercantil que regula los contratos de compra-venta internacional.
- Participar en los proceso de planificación de la estrategia de internacionalización de la empresa.
- Colaborar en la redacción y tramitación de documentos de exportación.
- Colaborar en la gestión de transporte internacional y los documentos correspondientes.
- Colaborar en las funciones de logística internacional.

Organismos

- Departamento de comercialización.
- Departamento exportación/importación.
- Departamento de logística.
- Asociaciones de promoción exterior.

ITINERARIO ENTORNO ECONÓMICO INTERNACIONAL. Programa formativo 24. PRÁCTICAS EN ORGANISMOS Y ENTIDADES INTERNACIONALIZADAS.

- Colaborar en la planificación y organización de proyectos sectoriales para el desarrollo internacional.
- Colaborar en la gestión presupuestaria.
- Colaborar en la búsqueda y tramitación de subvenciones.
- Colaborar en proyectos de cooperación.
- Colaborar en la búsqueda de información sobre mercados exteriores.

Organismos

- Asociaciones de promoción exterior.
- Institutos (IVEX, IEI).
- Instituciones de la Unión Europea.
- Otros organismos internacionales: OCDE, FMI, etc.
- Ministerios.
- Consellerías.

ITINERARIO FINANZAS Y CONTABILIDAD. Programa formativo 25. PRÁCTICAS DE CONTABILIDAD Y FINANCIACION EN EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS.

- Utilizar la operatoria contable internacional práctica.
- Introducir facturas tanto de ventas como de compras y su archivo.
- Introducir justificantes de gastos y su archivo, así como de los de cobros y pagos.
- Puntear y repasar cuentas de clientes, proveedores y extractos bancarios.
- Listar balances con lectura y comprobación de los mismos.
- Elaborar informes.

ORGANISMOS

- Departamento de dirección financiera.
- Departamento de contabilidad.

PROGRAMAS PROPIOS DEL GRADO EN TURISMO

Mención en Dirección de Empresas Turísticas. Programa 26.

ORGANISMOS	PERFILES PROFESIONALES ASOCIADOS
• Empresas de Alojamiento • Empresas de Intermediación Turística (mayoristas y minoristas) • Empresas del ámbito de Restauración • Empresas de receptivo (guías de turismo, Organizadores Profesionales de Congresos, empresas de Eventos, alquiler de vehículos con o sin motor) • Red Tourist-Info y Oficinas/ Patronatos de Turismo • Asociaciones, federaciones y confederaciones de empresarios: de alojamiento, de restauración, de oferta complementaria ubicada en espacios urbanos (captación de asociados, gestión de subvenciones públicas, gestión de contenidos, relación con otras instituciones).	• Subdirección de empresa turística • Técnico de Administración • Técnico Comercial • Técnico en Relaciones Públicas • Técnico en Producto • Técnico en Calidad • Técnico en Recursos humanos • Técnico en Atención al cliente • Técnico en Contratación

TAREAS ASOCIADAS
• Gestión económico-financiera y de recursos humanos • Dirección, control y seguimiento de actividades contables y administrativas • Estrategias comerciales y política de promoción • Gestión y coordinación de operadores turísticos • Creación y gestión de las relaciones entre organización y cliente (CRM, tarjetas de fidelización, newsletters, contenidos digitales,...) • Gestión de la negociación con proveedores turísticos (contratación de canales de distribución, gestión con plataformas públicas y privadas,...) • Investigación, diseño, organización, cotización y operación de viajes (reservas, revenue management, ...) • Implantación y gestión de sistema de calidad en la organización • Políticas internas de atención al cliente (manuales de buenas prácticas, manuales de atención al cliente,...)

Mención en Planificación de Destinos Turísticos. Programa 27.

ORGANISMOS	PERFILES PROFESIONALES ASOCIADOS
• Ayuntamientos con actividad turística (ya sean con o sin concejalía) • Mancomunidades con actividad turística reconocida • Conselleria de Turismo e instituciones asociadas (INVATTUR) • Conselleria de Medio Ambiente e instituciones asociadas. • Diputaciones con áreas de turismo • Patronatos de Turismo (municipal y provincial) • Consultorías Turísticas (de planificación y/o marketing) centradas en planes y creación de producto. • Consorcios turísticos. • Asociaciones, federaciones y confederaciones de empresarios: de alojamiento, de restauración, de oferta complementaria (estrategias de comunicación, creación e implementación de actuaciones de promoción con organismos públicos).	- Técnico de gestión de una institución pública de planificación y política turística. - Técnico gestor de una institución pública de promoción o director de una campaña de destino. - Responsable de un programa/plan de desarrollo turístico. - Director o técnico de una institución dinamizadora de la actividad (como los centros de iniciativas turísticas). - Dinamizador turístico o Agente de Desarrollo Turístico. - Director o técnico de una institución dinamizadora de producto (como los Convention Bureau).

TAREAS ASOCIADAS
• Inventario y evaluación de recursos turísticos. • Análisis de infraestructuras y sistemas de soporte de la actividad turística. • Análisis de los productos turísticos actuales de un destino. • Gestión de una Tourist Info (en su conjunto y no como atención al cliente). • Puesta en valor de recursos naturales/culturales y planificación de itinerarios turísticos para su comercialización: estudios de los Planes Rectores de Uso y Gestión (PRUG) de parques naturales para su puesta en valor, estudios de interpretación del patrimonio, desarrollo de guías turísticas (que no de servicios de guía de turismo). • Estudios y análisis de públicos objetivos generales (motivos, estancia media, transporte, gasto medio, tipo de alojamiento, tipo de vehículo,...) y específicos (necesidades, preferencias, estilos de vida). • Estudios sobre la competencia (posicionamiento, imagen, comercialización) • Gestión de la comunicación turística (publicidad, ferias, workshops, famtrips, presentaciones de marca, redes sociales). • Gestión de contenidos turísticos para soportes gráficos (folletos, guías, webs,...) • Estudios de capacidad de carga turística en recursos y destinos. • Gestión administrativa y presentación de propuestas: municipio turístico, Plan de Dinamización de Producto Turístico, Plan de Internacionalización de Destinos, Sistema Integral de Calidad para Destinos Turísticos (SICTED), obtención de la Q (Calidad Turística). • Gestión de programas nacionales de Turismo (Planes de Dinamización de Producto Turístico, Planes de Internacionalización de Destinos). • Desarrollo y gestión de Planes Estratégicos de Turismo locales, regionales.

Mención en Turismo Urbano. Programa 28.

ORGANISMOS	PERFILES PROFESIONALES ASOCIADOS
• Convention Bureau • Hoteles con departamentos de MICE (Meetings, Incentives, Congresses, Events) • Empresas de MICE (incluidas las Organizadoras Profesionales de Congresos) • DMC's y/o empresas de receptivo • Agencias de Viajes Mayoristas (centrado en la creación de producto, intermediación turística, gestión de propuestas de clientes) • Consultorías turísticas de marketing (estudio de preferencias y tendencias del mercado MICE, análisis de la	• Técnico de gestión de instalaciones de ocio. • Técnico de gestión espacios culturales. • Técnico de gestión de eventos. • Técnico de gestión de instalaciones deportivas. • Técnico de intermediación turística. • Técnico de comercialización y promoción de MICE (Meetings, Incentives, Congresos y Eventos). • Técnico de producto MICE.

competencia, análisis de imagen de destino urbano) • Patronatos de Turismo (municipal y provincial)	
TAREAS ASOCIADAS	
• Creación y gestión de eventos (culturales, deportivos, empresariales). • Creación y comercialización de producto turístico urbano (asistencia a ferias, famtrips, workshops) • Creación y puesta en marcha de una empresa (de receptivo, de eventos). • Dinamización y gestión de espacios de ocio (parques temáticos, parques de atracciones, etc.). • Dinamización y gestión de espacios culturales (museos, salas de exposiciones, etc.). • Planificación de la comunicación empresarial (campañas de publicidad, estrategia comercial, estrategia de promoción). • Análisis de mercados (competidores, segmentos, productos). • Dinamización de centros históricos, turísticos y/o comerciales.	

PROGRAMAS PROPIOS DEL DOBLE GRADO EN TURISMO + ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (TADE)

ITINERARIO DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Programa formativo 29.

- Aplicar la metodología propia de los proyectos empresariales y de análisis de viabilidad empresarial para la creación y el desarrollo de las empresas e instituciones turísticas.
- Identificación de recursos y capacidades necesarios para la creación y desarrollo de organizaciones turísticas.
- Estudio de las áreas funcionales de las empresas/instituciones turísticas y de su coordinación.
- Diseñar el sistema de objetivos de la empresa determinando su misión, visión y valores, objetivos generales y objetivos operativos.
- Realizar diagnósticos estratégicos y determinación de fuentes de ventajas competitivas. Identificar fortalezas, debilidades y oportunidades para las empresas e instituciones turísticas.
- Propuesta, evaluación y selección de estrategias en sus diferentes niveles: corporativo, competitivo o de negocios y funcional.
- Aplicar los conceptos de responsabilidad social corporativa, economía del bien común y gobierno corporativo en las empresas y organizaciones turísticas.
- Analizar las necesidades de información en las empresas/instituciones turísticas, fuentes de información y realización de investigación de mercados.
- Realizar planes estratégicos y operativos para las empresas e instituciones turísticas.

- Diseñar y participar en la creación y gestión de las relaciones entre organización y cliente.
- Diseñar estrategias y gestionar la comunicación en las empresas e instituciones turísticas. Comunicación online y offline.
- Participar en la gestión de la negociación con proveedores turísticos.
- Participar en la investigación, diseño, organización, cotización y operación de viajes.
- Participar en la gestión económico-financiera y de recursos humanos en las organizaciones turísticas.
- Participar en la dirección, control y seguimiento de actividades contables y administrativas en las organizaciones turísticas.
- Participar en la implantación y gestión de calidad en las organizaciones turísticas.

ORGANISMOS

- Asociaciones, federaciones y confederaciones de empresarios turísticos.
- Consultorías turísticas.
- Empresas del ámbito de restauración.
- Empresas de alojamiento.
- Empresas de intermediación turística.
- Empresas de receptivo.
- Empresas de ocio, viajes y turismo.
- Instituciones del ámbito turístico.

ITINERARIO CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS.

Programa formativo 30.

- Aplicar la metodología propia de los proyectos empresariales y de análisis de viabilidad empresarial para la creación y el desarrollo de empresas.
- Identificación de recursos y capacidades necesarios para la creación de empresas. Estudio de las áreas funcionales de la empresa y de su coordinación. Análisis de las posibilidades de crecimiento y desarrollo de la empresa.
- Realizar planes estratégicos para la empresa mediante el uso de las herramientas de la Dirección Estratégica.
- Diseñar el sistema de objetivos de la empresa determinando su misión, visión y valores, sus objetivos generales y sus objetivos operativos, mediante el uso de la Matriz interés-poder y de los conceptos de responsabilidad social corporativa y gobierno corporativo.
- Realizar diagnósticos estratégicos a través del uso de las herramientas del análisis interno o enfoque de recursos y capacidades y del análisis externo o del entorno. Identificar fortalezas, debilidades y oportunidades para la empresa. Determinar fuentes de ventajas competitivas.
- Realizar análisis, evaluación y selección de estrategias empresariales en sus diferentes niveles: corporativo, competitivo o de negocios y funcional.
- Participar en el diseño organizativo de la empresa mediante la elaboración de su estructura organizativa: análisis de los factores de contingencia, análisis de las variables de diseño de puestos de trabajo, fijación de mecanismos de coordinación y estudio de las tipologías de estructuras.
- Intervenir en el diseño de los sistemas de planificación y de control de la empresa: planificación estratégica, táctica y operativa y control de vigilancia, de

premisas y de implementación. Aplicación del *Balanced Scorecard* o Cuadro de Mando Integral de la empresa.

- Intervenir en el diseño de los sistemas de información y de comunicación de la empresa: horizontal, vertical y cruzada.

ORGANISMOS

- Consultoría de empresas
- Departamento de Administración.
- Dirección General de la empresa.
- Staff de apoyo a la Gerencia
- Departamento Financiero
- Departamento de Comercialización
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Producción
- Departamento de I+D+i

ITINERARIO DIRECCIÓN COMERCIAL. Programa formativo 31. Dirección comercial.

- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.
- Utilizar los métodos más adecuados en la negociación de las condiciones de contratación y venta de productos o servicios.
- Aplicar los procesos y procedimientos de administración y gestión, de información y documentación en un departamento de atención al cliente o de comercialización de productos y/o servicios.
- Aplicar procedimientos para obtener, procesar y distribuir la información necesaria en el desarrollo de los procesos de gestión comercial y de atención al cliente, tanto interna como externamente.
- Distinguir y analizar las diferentes partidas que componen un presupuesto de marketing.
- Aplicar la normativa mercantil que regula los contratos de servicio y los derechos del cliente-consumidor y la que afecta a la protección de datos de carácter personal.
- Utilizar de herramientas informáticas de gestión y administración comercial.
- Evaluar diferentes, alternativas y herramientas disponibles a la hora de tomar decisiones comerciales y de marketing en los campos de investigación de mercados, desarrollo y lanzamiento de productos, establecimiento de políticas de precios, publicidad, promoción, distribución, relaciones públicas, negociaciones con clientes, etcétera.
- Análisis y prospección de mercados nacionales e internacionales.
- Realizar informes comerciales de clientes objetivo.
- Colaborar con los comerciales de la empresa y dirigir, formar y motivar al equipo de ventas.

ORGANISMOS

- Departamento de comercialización.
- Departamento compras/ventas.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA. Programa formativo 32. Dirección de operaciones y logística.

- Conocer las fuentes reguladoras y los aspectos básicos del contrato de transporte.
- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en gestión de pedidos y operaciones de logística.
- Aplicar métodos de la gestión de almacenes.
- Utilizar procedimientos de administración y gestión, de información y documentación en un departamento de logística.
- Aplicar procedimientos para obtener, procesar y distribuir la información necesaria en el desarrollo de los procesos de logística.
- Evaluar diferentes opciones, alternativas y herramientas disponibles a la hora de tomar decisiones respecto a la gestión de transporte.

ORGANISMOS

- Departamento compras/ventas.
- Departamento exportación/importación.
- Departamento de logística.
- Departamento de almacén-inventario.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA.

Programa formativo 33. Control de calidad, innovación y riesgos.

- Utilizar de herramientas informáticas aplicadas a la gestión de la calidad y el impacto en el medio ambiente.
- Aplicar procedimientos de mejora continua en todos los ámbitos de la organización.
- Establecer un sistema de indicadores de calidad de gestión y producto.
- Aplicar las técnicas, modelos y herramientas de gestión de la calidad y de la mejora continua, y saber diseñar políticas y estrategias efectivas en este ámbito.
- Diseñar políticas y estrategias de gestión de la innovación aplicando las técnicas, modelos y herramientas adecuadas.
- Realizar informes de riesgos laborales.
- Evaluar los riesgos laborales y gestionar planes de prevención.

ORGANISMOS

- Departamento de producción.
- Departamento de control de gestión.
- Departamento de I+D.
- Departamento de seguridad y riesgos.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Programa formativo 34. Dirección de recursos humanos.

- Conocer los elementos fundamentales del ordenamiento laboral.
- Aplicar de las normas laborales a la solución de problemas concretos.
- Plantear objetivos y estrategias en los diferentes niveles de la gestión de recursos humanos así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución
- Planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en práctica de las estrategias de recursos humanos.

- Proponer sistemas de previsión social complementaria y evaluar los efectos de su implantación en la organización.
- Diseñar estrategias de recursos humanos acordes con las necesidades de la empresa y las condiciones del entorno, así como implementarlas de manera efectiva.

ORGANISMOS

- Departamento de recursos humanos.

ITINERARIO DIRECCIÓN DE FINANCIERA. Programa formativo

35. Dirección financiera.

- Conocer los fundamentos básicos que rigen las operaciones y los mercados financieros.
- Conocer los mercados de renta fija, variable y sus derivados así como los diferentes títulos que se negocian en los mismos.
- Conocer la problemática financiera en contextos específicos (Pymes, Empresas Familiares, etc.).
- Elaborar, interpretar y analizar adecuadamente los estados financieros de las organizaciones, así como comprender sus implicaciones en otras decisiones y áreas empresariales.
- Aplicar correctamente un modelo de valoración común para el análisis de operaciones financieras de inversión y de financiación.
- Estimar los parámetros que definen las inversiones productivas y para conocer los diferentes métodos de valoración de inversiones
- Medir y valorar el riesgo de los activos financieros y sus aplicaciones en las inversiones productivas
- Proponer diferentes instrumentos de financiación y ser capaz de determinar la política de endeudamiento de la empresa.
- Establecer la planificación financiera de la empresa.
- Evaluar el entorno financiero nacional e internacional y los riesgos que conlleva.
- Analizar las operaciones de activo y pasivo de las entidades de crédito así como las derivadas de la instrumentación de política monetaria, las interbancarias y las fuera de balance.
- Valorar activos financieros y contratos derivados, y gestionar carteras de renta fija y variable.

ORGANISMOS

- Departamento de dirección financiera.