

Plantilla memoria xustificativa do GRAO EN COMERCIO

Universidade de Vigo

Aprobado na Xunta de Facultade o 14/04/2023

## 1 Xustificación de interese socioeconómico para a Comunidade Autónoma

Esta memoria do Grao en Comercio da Universidade de Vigo ten por finalidade a adaptación da Memoria orixinal de Grao do ano 2010 ao RD 822/2021 do 28 de setembro polo que se establece a organización das ensinanza universitarias e do aseguramento da calidade, así como a modificación de temporalidades, denominacións de materias e adaptación de contidos co fin de mellorar a titulación. A actividade comercial é un dos campos da Economía que evolucionou con maior rapidez, adquirindo un elevado grao de desenvolvemento e complexidade como consecuencia, en boa medida, da incorporación das novas tecnoloxías e da globalización dos mercados cunha competencia cada vez máis forte.

A crecente relevancia do comercio e da actividade comercial, fai necesaria a presenza de persoas dedicadas ao desenvolvemento das funcións propias do comercio e da actividade comercial con capacidade para desempeñar as tarefas específicas desta área de negocio. Estes perfís profesionais necesitan estar dotados de competencias e habilidades específicas, diferentes das requiridas noutros ámbitos da empresa. O interese académico ponse de manifesto ademais nos diferentes graos en Comercio que se imparten nas universidades públicas españolas (Universidade Complutense de Madrid, Universidade de Valladolid, Universidade de Málaga e Universidade de Oviedo), así como nas escolas de negocios e universidades privadas. No plano internacional, destaca a ampla oferta dos títulos de Comercio que están ademais moi ben valorados gozando dunha notable demanda tanto do alumnado como do mercado laboral. Son múltiples os referentes dos estudos de Comercio entre os que cabe destacar as *\*Écoles de Commerce* francesas e os *College of Commerce* anglosaxóns.

En Francia, país cunha longa e prestixiosa tradición nos Estudos Superiores de Comercio, existen diferentes titulacións superiores de Comercio: unhas impartidas polas prestixiosas e cotizadas *\*Écoles de Commerce* e outras polos *Instituts Universitaires of Technologie* (IUT). En Alemaña existen Estudos Superiores de Comercio, con carácter máis profesional, impartidos polas Fachhochschule. Ademais, o "*Bachelor of Commerce*" é un título universitario que se imparte no Reino Unido no século XIX e logo se estendeu a Canadá, Irlanda, Australia ou Nova Zelandia e outros países da Commonwealth.

Neste sentido, a Facultade de Comercio foi pioneira na universidade española coa firma no ano 2000 dun Convenio de Colaboración coa universidade alemá de Hochschule Bochum que permite a obtención dos títulos oficiais da Universidade asociada. Este convenio foi renovado en 2013, e segue vixente na actualidade. No momento en que se redacta esta memoria estase en proceso de renovalo. No ano 2020 asinouse outro Convenio de Colaboración similar coa *Université de Pau et des Pays de l'Adour* (Francia). A información relativa a ambos os dous convenios publícase na web da Facultade de Comercio: <https://fcomercio.uvigo.es/estudios/dobles-titulaciones-internacionales>.

Outros países alleos ao Espazo Europeo de Educación Superior, pero que se atopan próximos culturalmente a nós, ou constitúen por diferentes motivos un referente importante no panorama educativo, ofrecen tamén titulacións superiores en Comercio, diferenciándose das de Economía e Empresa. É o caso de Canadá, Australia, Nova Zelandia, Arxentina, México, etc.

O comercio, como disciplina científica, ten un marcado carácter multidisciplinar, xa que se

alimenta de numerosas fontes do coñecemento como a Economía, a Socioloxía, as Matemáticas, a Estatística, a Economía da Empresa, o Márketing, a Contabilidade, as Finanzas, a Comunicación, a Informática e outras TIC, ademais dos Idiomas necesarios para a comunicación. O obxectivo do seu estudo é ofrecer uns principios que permitan interpretar e explicar os fenómenos que acontecen tanto no ámbito xeral da economía como no ámbito particular dos negocios, nas dúas vertentes: doméstica e internacional, cun marcado carácter multidisciplinar conferíndolle ao título un interese científico contrastable. O comercio é considerado o motor de crecemento da economía, producíndose unha relación dinámica entre crecemento e apertura das economías cara ao exterior, dando lugar a internacionalización do comercio e, por tanto, dos negocios.

Dentro do mapa de titulacións do Sistema Universitario de Galicia e da oferta de graos da Universidade de Vigo, o Grao en Comercio asóciase a coñecementos, habilidades e competencias singulares que o converte nun Grao único en Galicia.

## 2 Mercado laboral

O comercio como actividade dentro da economía precisa de perfís profesionais expertos, capaces de estudar, analizar e tomar decisións para o seu correcto desenvolvemento, así como para a expansión e o crecemento dos negocios dun país. Neste sentido, é necesario contar cunha preparación que permita abordar todo o campo do tráfico mercantil desde o deseño estratéxico dos negocios ata os diferentes instrumentos que fan posible as transaccións comerciais, tendo en conta a complexidade das relacións do comercio e a aplicación das novas tecnoloxías.

Os efectos profesionais vinculados ao Grao en Comercio derívanse da importancia deste sector na actividade económica. A complexidade das relacións comerciais, a actividade mercantil, o coñecemento dos instrumentos utilizados para o desempeño do comercio e o márketing e as novas tecnoloxías fan necesario dispoñer de persoas especialmente capacitadas para o desempeño dunhas profesións que insistentemente demanda o mercado laboral.

Ao anterior debe engadirse a necesidade de dispoñer dun persoal especialmente capacitado, encargado de realizar as funcións dentro do marco internacional, xa que a apertura, cada vez maior, das economías nacionais ao exterior e, conseguintemente, a posibilidade de acudir aos mercados estranxeiros, obriga a contar con persoas idóneas para exercer esas actividades.

Os perfís das persoas egresadas do Grao en Comercio están vinculados cos diversos postos e actividades que engloba o comercio, tanto desde o punto de vista dos negocios como da investigación, e que se desenvolverán a diferentes niveis no marco dos organismos e institucións públicos e privados. Os postos de traballo que poderá desenvolver o noso alumnado abarcan un espectro moi amplo, desde o ámbito privado dos negocios, como responsable comercial e de marketing, de xestión integral, de administración, de sistemas de información, de loxística e transporte, de distribución e *retail*, e no eido público como xestor ou xestora de internacionalización ou técnico comercial do Estado, pasando por unha pluralidade de actividades vinculadas ao comercio. Cabe mencionar explicitamente o espírito emprendedor e de autoemprego das persoas egresadas que se fomenta a través do propio plan de estudos do grao por medio

de diversas materias no grao como Creación de Empresas ou Habilidades Directivas. Os perfís profesionais que son demandados polas empresas galegas segundo se recolle no informe de Adecco correspondente ao ano 2021, inclúe entre outras informacións as relativas ás áreas funcionais de empresa, así como aos postos de traballo máis demandados, poñendo de manifesto a relevancia dos perfís relacionados co comercio. Por áreas funcionais, comercial e vendas non só se mantén na cima da clasificación, aglutinando un 30,57% do total, moi por encima da media en España 18,87%, senón que creceu en case sete puntos. Séguelle, a moita distancia, o departamento de compras, loxística e transporte (18,65%) así como márketing, comunicación e contidos. O posto de traballo que máis solicitaron as empresas en 2021 foi o de comercial, cun 12,32 % sobre o total de solicitudes moi por encima do 8,76% para España no mesmo período. A titulación universitaria é o nivel formativo máis requirido polas empresas galegas, cun 39,32% no ano 2021 tamén por encima do dato español, que se sitúa no 36,42%. Ver informe completo [Informe-infoempleo-adecco-2021.pdf](#) (Galicia páx. 114-117). A vinculación da Facultade de Comercio e do Grao en Comercio coa contorna empresarial evidénciase no apoio recibido por parte de institucións e empresas, como queda patente no ANEXO 1.

### 3 Demanda

A matrícula do Grao en Comercio mantense estable desde o curso 2017\_18 e sitúase en 90 estudantes, que se corresponde co número de prazas ofertadas.

### 4 Non duplicidade

O grao en Comercio é único en Galicia e na Universidade de Vigo e, por tanto, dispón dun código individual, V06G270V01, que o identifica e diferencia das titulacións cuxas ensinanzas poderían considerarse afíns, como é o caso do Grao en Administración e Dirección de Empresas impartido nas tres universidades galegas e en dous centros distintos na Universidade de Vigo.

O obxectivo xeral do Grao en Comercio é a formación de futuras persoas tituladas preparados para desempeñar labores propias da xestión empresarial, por tanto, capacitadas para a análise, diagnóstico e toma de decisións estratéxicas, mediante a correcta utilización dos métodos, procedementos e ferramentas de aplicación na organización empresarial, contribuíndo así ao mantemento, mellora e desenvolvemento destas, tanto nos mercados nacionais como internacionais.

Para lograr o obxectivo xeral, o Grao en Comercio propónse:

- Formar persoas profesionais versátiles, pragmáticas e capacitadas para crear o seu propio negocio ou empresa, para o desenvolvemento do exercicio libre da profesión, así como desempeñar diversas tarefas, tanto na empresa privada como en organismos e institucións públicas nacionais e internacionais; facilitando ao estudantado unha sólida capacitación metodolóxica de xestión e tratamento da información baseada en criterios de igualdade de xénero, oportunidades, responsabilidade social e respecto polos dereitos humanos no ámbito persoal e

profesional.

A perspectiva de xénero na docencia do ensino superior é una das estratexias fundamentais para promover a igualdade efectiva entre mulleres e homes. Na actualidade, existe un prolífico marco normativo que así o indica: a Lei orgánica 1/2004, do 28 de decembro, de medidas de protección integral contra a violencia de xénero, a Lei 14/2011, de ciencia, tecnoloxía e innovación, a Lei 6/2013, do 13 de xuño, do sistema universitario de Galicia, o actual Pacto de Estado contra a Violencia de Xénero e os sucesivos plans de igualdade da propia Universidade de Vigo, entre outros. Unha docencia con perspectiva de xénero estimula o pensamento crítico e promove a igualdade de xénero (Igualdade, Universidade de Vigo, <https://www.uvigo.gal/campus/igualdade/docencia-formacion-perspectiva-xenero>)

O estudiantado, unha vez finalizado o programa formativo do Grao en Comercio, debe ser capaz de:

- Analizar con espírito crítico as realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais para adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións cara mercados nacionais e internacionais.
- Examinar as diferentes áreas funcionais que afectan de forma directa e global á xestión do comercio, con responsabilidade ética, combinando a formación específica coas habilidades persoais, directivas e comerciais, o manexo das TIC e a utilización fluída dos idiomas específicos.

A non coincidencia de obxectivos e contido poden comprobarse nos puntos 2 e 4 respectivamente da memoria para a verificación do título.

Segundo o contido do punto 4 da memoria para a verificación do título, as ensinanzas contidas no plan de estudos do Grao en Comercio DIFIREN (marcado en amarelo nas táboas adxuntas) nunha porcentaxe do 70%, polo que o NIVEL DE COINCIDENCIA sitúase nun 30% con respecto a titulacións existentes do mesmo ámbito de coñecemento, como pode comprobarse a continuación.

Curso 1							
Semestre 1				Semestre 2			
Materia	ECTS	Tipo	Modalidade	Materia	ECTS	Tipo	Modalidade
Microeconomía	6	FB	Presencial	Fundamentos de Contabilidade	6	FB	Presencial
Principios de Xestión Responsable	6	FB		Economía Española e Mundial	6	FB	
Marketing	6	FB		Matemáticas comerciass	6	FB	
Matemáticas	6	FB		Estatística	6	FB	
Informática Aplicada á Xestión Comercial	6	OB		Socioloxía do Consumo	6	FB	
TOTAL	30			TOTA	30		

Curso 2							
Semestre 3				Semestre 4			
Materia	ECTS	Tipo	Modalidade	Materia	ECTS	Tipo	Modalidade
Contabilidade Financieira	6	OB	Presencial	Contabilidade de Custos	6	OB	Presencial
Dereito Mercantil	6	OB		Loxística	6	OB	
Marketing Estratéxico	6	OB		Macroeconomía	6	FB	
Decisions de Investimento	6	OB		Mostraxe aplicado á investigación de mercados	6	OB	
Idioma Comercial: Inglés ou Alemán	6	OB		Fiscalidade aplicada	6	OB	
TOTAL	30			TOTAL	30		

Curso 3							
Semestre 5				Semestre 6			
Materia	ECTS	Tipo	Modalidade	Materia	ECTS	Tipo	Modalidade
Contabilidade de Xestión	6	OB	Presencial	Estratexia empresarial e Xestión de axudas	6	OB	Presencial
Decisions de Financiamento	6	OB		Idioma para a negociación intercultural: Inglés ou Alemán	6	OB	
Dereito do Traballo	6	OB		Marketing Internacional	6	OB	
Investigación de Mercados	6	OB		Presentación e Interpretación da Información Financieira	6	OB	
Xestión de recursos de información na empresa	6	OB		Tributación das Operacións Comerciais	6	OB	
TOTAL	30			TOTAL	30		

Curso 4							
Semestre 7				Semestre 8			
Materia	ECTS	Tipo	Modalidade	Materia	ECTS	Tipo	Modalidade
Combinacións de Negocios	6	OP	Presencial	Economía Internacional	6	OP	Presencial
Comercio Electrónico: Elementos informáticos	6	OP		Idioma para a Comunicación internacional: Inglés ou Alemán	6	OP	
Habilidades persoais, directivas e comerciais	6	OP		Xestión do comercio exterior	6	OP	
Investigación Operativa na empresa	6	OP		Técnicas de investigación Social	6	OP	
Creación de Empresas Comerciais	6	OB		Prácticas Externas	6	OB	
Sistemas de Información Integrados para a Xestión	6	OB		Traballo Fin de Graoo	6	OB	
TOTAL	36			TOTAL	36		