

GUÍA DE PERFILES PROFESIONALES DEL ESTUDIANTADO DE ECONOMÍA Y EMPRESA

Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales

Oficina de Colaboración Empresarial

Godei

FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

GUÍA DE PERFILES PROFESIONALES DEL ESTUDIANTADO DE ECONOMÍA Y EMPRESA

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Oficina de Colaboración Empresarial

GUÍA DE PERFILES PROFESIONALES DEL ESTUDIANTADO DE ECONOMÍA Y EMPRESA

© 2021

Vicedecanato de Relaciones con el Entorno Social y Empresarial, Estudiantes y Empleabilidad

Oficina de Colaboración Empresarial

Dirección

José Antonio Salinas Fernández

Asistencia técnica

Abraham Sevilla Pérez

Colaboración en la revisión de perfiles profesionales de los Grados:

María del Carmen Haro Domínguez

Coordinadora del Grado en Administración y Dirección de Empresas y
del Doble Grado ADE + Ingeniería Informática

Vera Ferrón Vílchez

Coordinadora de los Dobles Grados: ADE + Derecho, ADE + Ingeniería Civil y ADE + Edificación

Carmen Lizárraga Mollinedo

Coordinadora del Grado en Economía

María José González López

Coordinadora del Grado en Finanzas y Contabilidad

Francisca Fuentes Moreno

Coordinadora del Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Lorenza López Moreno

Coordinadora del Grado en Turismo y el
Doble Grado en Turismo y Traducción e Interpretación

Edita e imprime: Godel S.L.

ISBN: 978-84-17970-61-1

Depósito Legal: Gr 825-2021

Impreso en España. Printed in Spain

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios tanto si es eléctrico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización escrita de los titulares del copyright

PRESENTACIÓN

A iniciativa de la Oficina de Colaboración Empresarial, dependiente del Vicedecanato de Relaciones con el Entorno Social y Empresarial, Estudiantes y Empleabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada, se ha elaborado la presente Guía de Perfiles Profesionales, que recoge las principales salidas laborales del estudiantado de economía y empresa, estructuradas según los distintos grados que se imparten en nuestra Facultad, así como para los dobles grados, en la parte que concierne a las materias de economía y empresa del plan de estudios.

El objetivo de esta guía es aportar un mayor conocimiento de los perfiles profesionales que pueden desempeñar los egresados de las titulaciones de economía y empresa, ofreciendo al estudiantado una orientación sobre las ocupaciones que más se demandan en el mercado y, a las empresas y entidades públicas, una visión de las múltiples funciones y cometidos que pueden desarrollar nuestro estudiantado en sus organizaciones.

Para elaborar este documento, se ha partido de la lista de ocupaciones que se detallan en la Guía de Salidas Profesionales del Centro de Promoción de Empleo y Prácticas de la Universidad de Granada, disponible en su página web, complementando el listado con algunos perfiles profesionales no contemplados. A continuación, se ha realizado una breve descripción de cada ocupación, indicando cuáles son las funciones y tareas principales que se desempeñan. En algunos casos, se han agrupado los puestos de trabajo que tienen cometidos similares, aunque en la descripción se han especificado sus diferencias fundamentales.

La realización de esta guía ha conllevado un profundo trabajo de búsqueda y análisis de información en múltiples portales de empleo y páginas web especializadas en la gestión de perfiles profesionales. En cada grado se ha tratado de reflejar aquellas ocupaciones que mayor adecuación podrían tener de acuerdo con la formación recibida, aunque la mayoría de los puestos de trabajo podrían ser desempeñados por cualquiera de los graduados y graduadas en las titulaciones recogidas en la guía, debido a que comparten una sólida base de formación en economía y empresa.

Las distintas ocupaciones han sido descritas utilizando un lenguaje inclusivo, adaptando la denominación en genérico masculino en que estaban expresados la mayoría de los puestos de trabajo que aparecían anunciados en los distintos portales de búsqueda de empleo.

Esta guía pretende ser un documento orientativo, no exhaustivo, atento a las aportaciones y sugerencias que los distintos usuarios deseen hacer, y abierto a la incorporación de nuevos perfiles que surjan con la evolución y tendencias del mercado laboral.

Desde la Oficina de Colaboración Empresarial estamos convencidos de que este documento servirá para ayudar al estudiantado a conocer múltiples ocupaciones hacia las que pueden dirigir su futuro profesional y orientar su formación y capacitación laboral de acuerdo con las exigencias de los empleadores.

José Antonio Salinas Fernández

**Vicedecano de Relaciones con el Entorno Social y Empresarial,
Estudiantes y Empleabilidad.**

ÍNDICE

1. Grado en Administración y Dirección de Empresas.....	6
1.1 Descripción general.....	7
1.2 Formación académica.....	8
1.3 Salidas profesionales.....	9
2. Grado en Economía.....	16
2.1 Descripción general.....	17
2.2 Formación académica.....	18
2.3 Salidas profesionales.....	19
3. Grado en Finanzas y Contabilidad.....	26
3.1 Descripción general.....	27
3.2 Formación académica.....	28
3.3 Salidas profesionales.....	29
4. Grado en Marketing e Investigación de Mercados.....	34
4.1 Descripción general.....	35
4.2 Formación académica.....	36
4.3 Salidas profesionales.....	37
5. Grado en Turismo.....	44
5.1 Descripción general.....	45
5.2 Formación académica.....	46
5.3 Salidas profesionales.....	47
ANEXO	53

Grado en Administración y Dirección de Empresas



Descripción general

Las enseñanzas universitarias en Administración y Dirección de Empresas se dirigen a proporcionar una formación científica y profesional de aspectos básicos y aplicados de la economía de la empresa, de la organización y dirección empresariales fundamentales para una gestión eficiente y eficaz de las empresas. La creciente complejidad del mundo empresarial hace necesaria una cualificación específica para dirigir, gestionar y controlar las diferentes áreas funcionales y organizativas que configuran la empresa. Las diversas materias que componen el Grado en Administración y Dirección de Empresas proporcionan una visión de conjunto y desarrollan las capacidades necesarias para adquirir las competencias para desenvolverse en el mundo empresarial.

El contenido de la formación de esta titulación se dirige al estudio de los aspectos fundamentales para la dirección y gestión de aquellas entidades que desarrollan su actividad en el ámbito empresarial tales como los relacionados con su organización, y todos aquellos aspectos que es necesario conocer para poder gestionar adecuadamente una entidad. Así se requiere la comprensión de las diferentes estrategias de mercado y comerciales, la comprensión de los informes y documentos relacionados con la gestión financiera de la entidad y la elaboración y divulgación de información o sus actividades en relación a las Administraciones Públicas, entre otros aspectos.

Formación académica

El Grado en Administración y Dirección de Empresas presenta la siguiente estructura modular, distribuida en 240 créditos, equivalentes a 2.400 horas de formación:

FORMACIÓN BÁSICA, que comprende un total de 720 horas:

- Formación empresarial (Fundamentos de dirección y administración de empresas, marketing, contabilidad, finanzas), Economía, Estadística, Matemáticas, Derecho e Historia.

FORMACIÓN OBLIGATORIA, repartida en un total de 1.200 horas:

- Organización de empresas (360 horas)
- Contabilidad y finanzas (360 horas)
- Métodos cuantitativos (120 horas)
- Análisis del entorno económico (120 horas)
- Matemáticas empresariales (60 horas)
- Dirección financiera (60 horas)
- Dirección comercial (60 horas)
- Creación de empresas (60 horas)

FORMACIÓN OPTATIVA, de 420 horas a elegir entre las siguientes materias:

- Comercio exterior e investigación de mercados
- Costes y auditoría
- Innovación y medioambiente
- Gestión internacional y de los recursos humanos
- Gestión de la calidad y de las operaciones en la empresa
- Organización industrial: evidencias históricas
- Régimen laboral de la empresa
- Prácticas externas en empresas

TRABAJO FIN DE GRADO, equivalente a 60 horas

Salidas profesionales

En la siguiente tabla se detallan los puestos de trabajo y/o perfiles profesionales más demandados en el mercado para el estudiantado del Grado en Administración y Dirección de Empresas. En algunos casos, se han agrupado perfiles que realizan funciones y tareas similares, aunque en la descripción se especifican las diferencias fundamentales. Para facilitar su consulta, aparecen ordenados alfabéticamente y se puede acceder a la información completa de cada perfil en la referencia indicada en el anexo.

<ul style="list-style-type: none">• Analista de presupuestos	<p>Las personas que trabajan en este ámbito juegan un papel muy importante en el desarrollo, análisis y ejecución de los presupuestos de una empresa u organización. Estiman sus necesidades financieras futuras y establecen los criterios para optimizar la distribución de los recursos que se disponen para los diferentes departamentos o áreas funcionales de la misma.</p> <p>El análisis del presupuesto puede abarcar el conjunto del funcionamiento de una empresa o sólo centrarse en ciertas iniciativas o actuaciones que requieren un presupuesto independiente (una campaña publicitaria o de promoción, una inversión en un programa de satisfacción y fidelización de los clientes, un programa de I+D, etc.).</p> <p>Se requiere tener conocimientos sólidos de contabilidad y técnica presupuestaria y, además, familiarizarse con los elementos instrumentales adecuados (software específico).</p> <p>→ Información completa en referencia nº 5 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none">• Analista de riesgos	<p>Se encarga de analizar y cuantificar los riesgos a los que se exponen las empresas y entidades financieras en las distintas operaciones que llevan a cabo. Para cumplir con sus objetivos, debe realizar un diagnóstico de la situación financiera de la empresa, determinando los riesgos a los que se exponen, que pueden ser, básicamente, operacionales, de liquidez, de endeudamiento o falta de crédito.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 10 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Analista en fusiones y adquisiciones (M&A) 	<p>Apoya en la estrategia de la empresa estudiando oportunidades de mercado. Hace valoraciones de empresas, prepara y supervisa análisis financieros y sectoriales, proporciona apoyo en la negociación de procesos de fusión y adquisición de empresas y se encarga de la proyección y modelización financiera.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 73 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analista de puestos de trabajo • Técnico/a de selección de personal • Headhunter 	<p>Estos perfiles profesionales se encargan del estudio, investigación e identificación de todos los componentes del puesto de trabajo, definiendo desde las tareas, responsabilidades y funciones, hasta el establecimiento de los requisitos de capacidad que demanda su ejecución satisfactoria.</p> <p>Un/a técnico/a de selección de personal se encarga de encontrar y contratar el talento para una empresa. Para ello, tratará de encontrar al mejor candidato/a para un puesto laboral concreto.</p> <p>El <i>Headhunter</i> o "cazatalentos" realiza una búsqueda directa del perfil que le han solicitado sin que el candidato o candidata tenga la necesidad de buscar trabajo y se haya dirigido a éste previamente.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 59 y 37 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a comercial de seguros 	<p>Pueden formar parte de una aseguradora o trabajar de forma externa también, y se dedican a aconsejar sobre las pólizas de seguros y a gestionar las relaciones cliente/aseguradora, ofreciendo asesoramiento y contratación de una amplia gama de seguros.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 36 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a en contabilidad • Asesor/a financiero/a • Auditor/a en verificación contable 	<p>Las personas que trabajan en el área financiera y contable de una organización pueden desarrollar su actividad de forma interna en una empresa, en relación de dependencia, o de forma externa, prestando sus servicios de forma autónoma. Realizan trabajos como la formulación de cuentas anuales, asesoramiento contable, análisis de inversiones financieras, elaboración de informes periciales y otros de esta índole.</p> <p>Un/a auditor/a desarrolla trabajos de revisión y verificación de estados contables, debiendo tener para ello la autorización del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC)</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de tesorería y patrimonio 	<p>El trabajo de quienes gestionan la tesorería y el patrimonio de una organización consiste en la optimización de la liquidez, con el fin de garantizar la disponibilidad de los fondos necesarios para realizar los pagos comprometidos por la entidad en la divisa adecuada y en el momento preciso.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 22, 44, 66 y 84 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a fiscal 	<p>Su función principal es gestionar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ante la administración tributaria, ya sea para personas físicas o para personas jurídicas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 6 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a en gestión de la identidad empresarial • Brand manager 	<p>Un/a asesor/a en gestión de la identidad corporativa o empresarial ayuda a las compañías a vestir su marca con su propia filosofía, creando una imagen acorde a su negocio y transmitiendo los valores que realmente desean transmitir al mundo.</p> <p>El puesto de <i>brand manager</i> se encarga de la gestión estratégica de la marca. Su tarea es diseñar, ejecutar y supervisar la estrategia de marca, para lo que colabora estrechamente con otras áreas de la compañía como comunicación, marketing, finanzas o comercial.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 28 y 25 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Coach financiero 	<p>Su función es acompañar, instruir y formar a una persona o a un grupo de ellas en temas financieros, con el objetivo de conseguir cumplir metas o desarrollar habilidades específicas para la toma de decisiones económicas y financieras.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 38 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a en e-business 	<p>Un/a consultor/a de <i>e-business</i> cuenta con una especialización en el ámbito del comercio en entornos digitales, ocupándose del asesoramiento a marcas y empresas, sobre todo, en lo referente al comercio electrónico.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 2 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a en gestión del conocimiento • Especialista en formación 	<p>Un/a consultor/a en gestión del conocimiento ayuda a aumentar el valor de una empresa, mediante la identificación, creación, almacenamiento, transmisión y utilización, de forma eficiente, del conocimiento individual y colectivo del personal de una organización, con el fin de resolver problemas, mejorar procesos o servicios y, sobre todo, aprovechar nuevas oportunidades de negocio.</p> <p>Las personas especializadas en formación identifican las necesidades formativas, planifican y organizan programas de formación, haciendo coincidir las dotes, capacidades y aspiraciones de los/las candidatos/as con las necesidades de personal presentes y futuras de una organización. Pueden hacerlo mediante análisis de puestos, sistemas de evaluación, o consultas con el personal y directivos.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 67 y 3 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a SAP 	<p>SAP es la empresa líder en el mercado de software de aplicaciones de negocio. El significado de sus siglas en español es “Sistemas, Aplicaciones y Procesos”.</p> <p>El SAP es un sistema de información que permite gestionar las diferentes acciones de una empresa, sobre todo, las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad.</p> <p>Un/a consultor/a SAP tiene como función principal, ayudar a las empresas a trasladar y configurar en el sistema SAP sus procesos de negocios con el objetivo de mejorarlos.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 39 y 53 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Controller 	<p>La labor de un <i>Controller</i> de gestión dentro de las compañías actuales se centra principalmente en el diseño de los sistemas contables, de información y de planificación y gestión. Además, tienen el deber de mantener una comunicación fluida con la dirección, con objeto de seleccionar las vías más apropiadas para la consecución de los objetivos empresariales. Dentro de sus funciones entrarían también las actividades relativas al control presupuestario de la organización y la toma de decisiones en materia estratégica y de inversión.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 7 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de operaciones 	<p>Se encarga, principalmente, de dirigir los recursos internos de producción, administración y recursos humanos, establecer la estrategia de desarrollo de los productos, garantizar la viabilidad y sostenibilidad de los procesos e integrar todos los procesos internos de negocio para el desarrollo conveniente de la actividad. Todo ello en coordinación con las personas que dirigen los departamentos respectivos de la empresa.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 15 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Empleado/a público 	<p>Desempeñan funciones retribuidas en las administraciones públicas al servicio de los intereses generales. Dentro de la administración existen distintos tipos de empleos con diferentes condiciones: funcionariado de carrera, personal laboral, funcionariado interino, personal directivo y personal eventual.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 8 y 11 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Empleado/a de entidades financieras 	<p>En la actualidad, como consecuencia de la reestructuración financiera, los perfiles que más se demandan para trabajar en entidades bancarias son los que tienen una clara orientación al negocio y al cliente, con iniciativa y alto nivel de compromiso. Estos profesionales se responsabilizan de comercializar y promover la venta de productos y servicios financieros entre sus clientes, efectuando asesoramiento técnico financiero y fiscal, garantizando la gestión de la cartera y su fidelización a la entidad.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 4 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en bolsa y mercados financieros 	<p>Se encargan de analizar la situación de los mercados financieros, de los valores, o de cualquier activo negociable con el objetivo de intentar predecir su evolución futura y, por tanto, poder tomar decisiones de inversión acertadas. Pueden trabajar en agencias y sociedades de valores, en entidades financieras o prestar asesoramiento financiero en banca privada y banca personal.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 52 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en marketing digital • Experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente 	<p>Un/a experto/a en marketing digital realiza diversas actividades como establecer medidas para atraer visitas hacia la página web y blog de la compañía, desarrollar una estrategia de contenidos para las distintas plataformas de la empresa, así como analizar la competencia directa de los negocios posicionados en el mismo nicho de mercado.</p> <p>Un/a experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente analiza la experiencia individualizada del usuario y, a partir de ahí, elabora las estrategias de marketing y desarrollo de producto más adecuadas para aumentar su satisfacción.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 5 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en relaciones públicas y comunicación 	<p>Quienes trabajan en el ámbito de las relaciones públicas y la comunicación, se encargan de establecer los pilares para administrar la reputación de una empresa o institución. Ayudan a comunicar de manera amplia la marca, los valores vinculados a ella y, también, a crear narrativas sobre los productos y servicios. Con su trabajo, consiguen que el público comprenda mejor todo aquello que un negocio u actividad puede ofrecer.</p> <p>Tratan de construir la mejor estrategia global para estar en contacto con todos los públicos objetivo de una organización. Para ello, llevan a cabo funciones como el diseño, gestión y realización de eventos, gestión de la comunicación en situaciones de crisis para solucionar un conflicto y evitar que salga dañada la imagen y el prestigio de la organización, establecimiento de relaciones con las autoridades locales y comunicación online, entre otras.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 17 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de cuentas (Key account manager) 	<p>Su responsabilidad principal es gestionar las cuentas claves de la empresa, con el objetivo de asegurar que se mantengan las relaciones a largo plazo entre el cliente y la organización de manera efectiva. Las cuentas clave son aquellas que proporcionan una alta facturación a la empresa u organización, o también aquellas que se consideran estratégicas por su impacto en la imagen de marca.</p> <p>Entre sus funciones se encuentran la gestión de la información orientada a la toma de decisiones, el diseño de planes estratégicos específicos para cada cliente, la motivación y liderazgo de equipos, entre otras.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 32 y 64 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Social media planner 	<p>Es la persona responsable, dentro del ámbito del marketing online, que se encarga de preparar y planificar la estrategia de una marca o empresa en los medios sociales. Para ello, ha de crear y poner en marcha el plan de medios online, mediante el cual se decidirá en qué medios digitales (de comunicación, redes sociales, tv online, digital signal, etc.), se han de realizar campañas publicitarias.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 45 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a en comercio exterior 	<p>Las personas especializadas en comercio exterior pueden realizar su trabajo en diversos ámbitos, del sector público y también del privado.</p> <p>En el sector público, pueden trabajar en el área de aduanas, controlando y regulando todas las operaciones de tráfico internacional de mercancías, como despachante o agente de aduanas. También, pueden participar en la gestión y planificación de mercancías, elaborar estadísticas y gestionar cuentas de las operaciones comerciales.</p> <p>En el sector privado, desarrollan sus funciones dentro de los departamentos de comercio exterior de las empresas, dedicándose a la apertura de nuevos mercados y a la búsqueda de oportunidades de negocios. También pueden trabajar asesorando en el sector financiero, en bancos o en organismos financieros internacionales.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 12 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a en cumplimiento normativo (Compliance manager) 	<p>El puesto de <i>Compliance Manager</i> ha de garantizar que se respeten las normas y se cumplan las leyes vigentes. Para ello, se encargan de asesorar, vigilar y monitorizar los riesgos de posibles de incumplimientos legales en la empresa.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 61 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Trade marketing 	<p>Es la persona responsable de aumentar la demanda de un producto a nivel de distribuidor o minorista, es decir, a niveles que no son el del consumidor. Entre sus funciones se encuentran impulsar el consumo y las ventas en una organización, mejorar la rotación del producto en el punto de venta, planificar y coordinar promociones y desarrollar el <i>merchandising</i> y <i>branding</i>, entre otras tareas de marketing.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 51 del Anexo</p>

Grado en Economía



Descripción general

El Grado en Economía está adaptado a las características del Espacio Europeo de Educación Superior, contemplando un tipo de aprendizaje centrado en las competencias que el estudiante adquiere a lo largo del periodo formativo, a través de la asimilación de nociones teóricas y de experiencias prácticas.

El Grado en Economía tiene como finalidad formar profesionales capaces de desempeñar labores de gestión, asesoramiento y evaluación en los asuntos económicos en general. Esas labores se pueden desarrollar en el ámbito privado o en el público, en la empresa o en cualquier otra institución de relevancia económica y social.

Se trata de una titulación en la que se proporciona una formación especializada sobre el funcionamiento de los mercados y sobre el comportamiento de los distintos agentes que configuran los sistemas económicos.

Además de esta formación, en el Grado en Economía se proporciona una sólida formación en áreas relacionadas y complementarias, como las de finanzas y contabilidad, administración de empresas, marketing e investigación de mercados o derecho, siendo por tanto un título generalista.

Formación académica

El Grado en Economía presenta la siguiente estructura modular, distribuida en 240 créditos, equivalentes a 2.400 horas de formación:

FORMACIÓN BÁSICA, que comprende un total de 720 horas:

- Formación empresarial (Fundamentos de dirección y administración de empresas, marketing, contabilidad, finanzas), Economía, Estadística, Matemáticas, Derecho e Historia.

FORMACIÓN OBLIGATORIA, repartida en un total de 1.200 horas:

- Análisis económico (360 horas)
- Métodos cuantitativos (240 horas)
- Economía española e internacional (180 horas)
- Sector público (120 horas)
- Política económica y organización económica internacional (120 horas)
- Matemáticas para la economía (60 horas)
- Historia del pensamiento económico (60 horas)
- Creación de empresas (60 horas)

FORMACIÓN OPTATIVA, con una carga de 420 horas, que le permite al estudiante especializarse en áreas como:

- Economía bancaria y macroeconomía internacional
- Economía del comportamiento
- Historia económica de España y Andalucía
- Política económica de España y economía regional
- Integración económica
- Ampliación del sector público
- Economía urbana y del trabajo

TRABAJO FIN DE GRADO, equivalente a 60 horas

Salidas profesionales

En la siguiente tabla se detallan los puestos de trabajo y/o perfiles profesionales más demandados en el mercado para el estudiantado del Grado en Economía. En algunos casos, se han agrupado perfiles que realizan funciones y tareas similares, aunque en la descripción se especifican las diferencias fundamentales. Para facilitar su consulta, aparecen ordenados alfabéticamente y se puede acceder a la información completa de cada perfil en la referencia indicada en el anexo.

<ul style="list-style-type: none">• Actuario/a• Analista de riesgos	<p>Actuario/a es quien, mediante técnicas estadísticas y matemáticas, es capaz de estimar y analizar el riesgo de una operación, contrato o entidad. Suelen trabajar en actividades de seguros y financieras, proporcionando evaluaciones de sistemas de garantía financiera.</p> <p>Las personas que analizan riesgos se encargan de valorar y cuantificar los riesgos a los que se exponen las empresas y entidades financieras en las distintas operaciones que llevan a cabo. Para cumplir con sus objetivos, realizan un diagnóstico de la situación financiera de la empresa, determinando los riesgos a los que se exponen, que pueden ser, básicamente, operacionales, de liquidez, de endeudamiento o falta de crédito.</p> <p>→ Información completa en referencias nº 10 y 47 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none">• Agente de desarrollo local• Experto/a en desarrollo económico territorial	<p>Agentes de desarrollo local son profesionales que contribuyen a impulsar el desarrollo rural a través del fortalecimiento de las unidades productivas locales.</p> <p>Entre las funciones de los/las expertos/as en desarrollo económico territorial se encuentran la mejora, de manera continua y permanente, de la calidad de vida de la población de un territorio a través de la implementación de acciones conjuntas que lleven a la generación de empleo, al fortalecimiento de las pequeñas y medianas unidades productivas y al consecuente crecimiento de los ingresos de la población.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 40 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Analista en fusiones y adquisiciones (M&A) 	<p>Apoya en la estrategia de la empresa estudiando oportunidades de mercado. Hace valoraciones de empresas, prepara y supervisa análisis financieros y sectoriales, proporciona apoyo en la negociación de procesos de fusión y adquisición de empresas y se encarga de la proyección y modelización financiera.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 73 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a en contabilidad • Asesor/a financiero/a • Analista de presupuestos 	<p>Las personas que trabajan en el área financiera y contable de una organización pueden desarrollar su actividad de forma interna en una empresa, en relación de dependencia, o de forma externa, prestando sus servicios de forma autónoma, sin relación de dependencia. Realizan trabajos como la formulación de cuentas anuales, asesoramiento contable, análisis de inversiones financieras, elaboración de informes periciales y otros de esta índole.</p> <p>Quienes se encargan del análisis de presupuestos ayudan a las instituciones a organizar sus finanzas, ya sea para instituciones públicas o compañías privadas. Se encargan de preparar informes presupuestarios y evaluar las propuestas presupuestarias.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 44, 84 y 85 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a fiscal 	<p>Su función principal es gestionar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ante la administración tributaria, ya sea para personas físicas o para personas jurídicas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 6 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a de seguros • Gestor/a comercial y patrimonial 	<p>Las personas que trabajan en asesoría de seguros pueden formar parte de una compañía aseguradora o trabajar de forma externa también, y se dedican a aconsejar sobre las pólizas de seguros y a gestionar las relaciones cliente/aseguradora, ofreciendo asesoramiento y contratación de una amplia gama de seguros.</p> <p>Un/a gestor/a comercial y patrimonial se encarga del desarrollo de una estrategia de inversión, tras un análisis de la situación y perfil del cliente, para tratar de alcanzar sus objetivos financieros y, con ello, el equilibrio de sus recursos y necesidades futuras.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 36 y 21 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Community manager • Consultor/a digital 	<p><i>Community manager</i> es quien se responsabiliza de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, con cualquier usuario interesado en la marca.</p> <p>Un/a consultor/a digital desempeña una función más amplia, ya que se encarga de elaborar y planificar una estrategia digital adaptada a cada entidad. Para ello, prueban nuevas herramientas y metodologías, están continuamente investigando y aprendiendo todo lo que el mercado requiere para diseñar una buena estrategia de marketing digital para sus clientes.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 19 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Directores/as, mandos intermedios o técnicos/as de producción, finanzas y marketing 	<p>El estudiantado graduado en economía, debido a su especial formación en análisis económico, presentan un perfil más adecuado para ocupar puestos de dirección en los distintos niveles de una organización o empresa, aportando una visión más amplia y especializada sobre la evolución del entorno económico y su impacto en las estrategias y políticas que deban diseñarse en la entidad en la que trabajan.</p> <p>De manera más específica, pueden desempeñar distintos niveles de responsabilidad en las áreas de producción de una organización, en el área de finanzas o en el área de comercialización.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Docente de enseñanzas regladas y no regladas 	<p>Imparten enseñanzas en los distintos niveles educacionales. La formación reglada es el conjunto de enseñanzas que se encuentran dentro del sistema educativo español que se imparten (de forma presencial, a distancia o mixta), en centros públicos o privados de enseñanza, colegios e institutos, universidades, academias oficiales de formación, etc. En este caso el estudiantado obtiene un título oficial con validez académica.</p> <p>La formación no reglada es aquella que no está contemplada por el Ministerio de Educación, sino por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. Está adaptada a la sociedad y tiene la misión de formar y capacitar a las personas para el trabajo, además de actualizar sus competencias y conocimientos a lo largo de su vida profesional, y no permita la obtención de un título oficial.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 9 y 13 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Economista del Estado</i> 	<p>Pertencen al cuerpo superior de técnicos comerciales y economistas del Estado, siendo funcionariado de la Administración General del Estado especializado en la elaboración y ejecución de las políticas económica y comercial del gobierno español.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencia nº 1 del Anexo</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Empleado/a de entidades financieras</i> 	<p>En la actualidad, como consecuencia de la reestructuración financiera, los perfiles que más se demandan para trabajar en entidades bancarias son los que tienen una clara orientación al negocio y al cliente, con iniciativa y alto nivel de compromiso. Se responsabilizan de comercializar y promover la venta de productos y servicios financieros entre sus clientes, efectuando asesoramiento técnico financiero y fiscal, garantizando la gestión de la cartera y su fidelización a la entidad.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencia nº 4 del Anexo</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Empleado/a del sector público</i> 	<p>Desempeñan funciones retribuidas en las administraciones públicas al servicio de los intereses generales. Dentro de la administración existen distintos tipos de empleos con diferentes condiciones: funcionariado de carrera, personal laboral, funcionariado interino, personal directivo y personal eventual.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencias nº 8 y 11 del Anexo</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Evaluador/a o auditor/a de proyectos</i> 	<p>Un/a evaluador/a o auditor/a es la persona que se encarga de realizar el análisis de un proyecto determinado, informando si éste cumplió con los objetivos trazados y si se realizó en el tiempo estipulado.</p> <p>Además, es la persona capacitada y experimentada que se designa por una autoridad competente o por una empresa de consultoría, para revisar, examinar y evaluar con coherencia los resultados de la gestión administrativa y financiera de una dependencia (institución gubernamental) o entidad (empresa o sociedad) con el propósito de informar o dictaminar acerca de ellas, realizando las observaciones y recomendaciones pertinentes para mejorar su eficacia y eficiencia en su desempeño.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencia nº 20 del Anexo</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en relaciones públicas y comunicación • Experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente 	<p>Quienes trabajan en el ámbito de las relaciones públicas y la comunicación, se encargan de establecer los pilares para administrar la reputación de una empresa o institución. Ayudan a comunicar de manera amplia la marca, los valores vinculados a ella y, también, a crear narrativas sobre los productos y servicios. Con su trabajo, consiguen que el público comprenda mejor todo aquello que un negocio u actividad puede ofrecer.</p> <p>Tratan de construir la mejor estrategia global para estar en contacto con todos los públicos objetivo de una organización. Para ello, llevan a cabo funciones como el diseño, gestión y realización de eventos, gestión de la comunicación en situaciones de crisis para solucionar un conflicto y evitar que salga dañada la imagen y el prestigio de la organización, establecimiento de relaciones con las autoridades locales y comunicación online, entre otras.</p> <p>Un/a experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente analiza la experiencia individualizada del usuario y, a partir de ahí, elabora las estrategias de marketing y desarrollo de producto más adecuadas para aumentar su satisfacción.</p> <p>→ Información completa en referencias nº 5 y 17 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gerente de empresas de inserción 	<p>El perfil formativo de cualquier economista es idóneo para dirigir y gestionar empresas de inserción, que son aquellas entidades, sociedades mercantiles o cooperativas que realizan una actividad económica o prestación de servicios, con el fin primordial de integrar y formar socio-laboralmente a personas en situación de exclusión social.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 50 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Inspector/a de Hacienda • Subinspector/a de Hacienda 	<p>Se trata de funcionariado público que forma parte de la Agencia Tributaria, y que se encarga de la gestión de impuestos y su posterior recaudación. También lleva a cabo la gestión aduanera y el control del contrabando, así como la vigilancia e investigación de empresas, y las distintas transacciones que éstas realicen.</p> <p>Por lo tanto, su principal cometido es asegurar que todas aquellas personas y organizaciones pagan los impuestos correspondientes en función de la renta y el capital.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 34 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de cuentas (Key account manager) 	<p>Su responsabilidad principal es gestionar las cuentas claves de la empresa, con el objetivo de asegurar que se mantengan las relaciones a largo plazo entre el cliente y la organización de manera efectiva.</p> <p>Las cuentas clave son aquellas que proporcionan una alta facturación a la empresa u organización, o también aquellas que se consideran estratégicas por su impacto en la imagen de marca.</p> <p>Entre sus funciones se encuentran la gestión de la información orientada a la toma de decisiones, el diseño de planes estratégicos específicos para cada cliente, la motivación y liderazgo de equipos, entre otras.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 32 y 64 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a analista de mercados 	<p>Estas personas se dedican al análisis de los resultados de encuestas y sondeos de opinión, con el objetivo de investigar el mercado para así poder predecir el potencial de ventas de un producto o servicio. Reúnen información de las ventas de la empresa, los precios, los gustos y necesidades de los consumidores, y las empresas competidoras con la finalidad de hacer un profundo estudio de las oportunidades de negocio existentes.</p> <p>Para desarrollar su trabajo, utilizan métodos cuantitativos y cualitativos como encuestas, entrevistas, sondeos y grupos de discusión. La elección del método dependerá del tipo de información que desee obtener.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 2 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Teleoperador/a de productos financieros 	<p>Su principal función es comercializar productos financieros y sus derivados, informar a los clientes sobre los productos y servicios, encargándose de la activación y venta cruzada de los mismos. Suelen ser requeridos por entidades bancarias.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 80 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a de inserción laboral (Orientador laboral) 	<p>Su función consiste en proporcionar a las personas que se encuentran en situación de desempleo, o que simplemente desean reorientar de carrera o cambiar de profesión, la información, las herramientas y los recursos necesarios para que lo logren en el menor tiempo posible y con las máximas garantías de éxito.</p> <p>Suelen desempeñar su trabajo en los servicios públicos de empleo, ayudando y asesorando a las personas desempleadas, así como en ETT's o Empresas de inserción, pero ya son muchas las empresas privadas que también están demandando su asistencia profesional.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 24 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a en comercio exterior 	<p>Las personas especializadas en comercio exterior pueden realizar su trabajo en diversos ámbitos, del sector público y también del privado.</p> <p>En el sector público, pueden trabajar en el área de aduanas, controlando y regulando todas las operaciones de tráfico internacional de mercancías, como despachante o agente de aduanas. También, pueden participar en la gestión y planificación de mercancías, elaborar estadísticas y gestionar cuentas de las operaciones comerciales.</p> <p>En el sector privado, desarrollan sus funciones dentro de los departamentos de comercio exterior de las empresas, dedicándose a la apertura de nuevos mercados y a la búsqueda de oportunidades de negocios. También pueden trabajar asesorando en el sector financiero, en bancos o en organismos financieros internacionales.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 12 del Anexo</p>

Grado en Finanzas y Contabilidad



Descripción general

El Grado en Finanzas y Contabilidad tiene como finalidad formar a profesionales capaces de desempeñar tareas de gestión y asesoramiento financiero y contable, tanto en el ámbito público como privado, así como de desarrollar su carrera profesional en las áreas de análisis y gestión de inversiones, banca, auditoría, consultoría de gestión y gestión financiera.

Se trata de una titulación con clara orientación profesional, en la que se proporciona una formación especializada en el diseño y desarrollo de sistemas contables tanto externos como internos y de gestión, lo que requiere que los titulados sean capaces de elaborar e interpretar informes dirigidos a usuarios externos e internos de la empresa. Igualmente, estos profesionales deberán ser capaces de analizar la información contable de las empresas en toda su profundidad, poder evaluar inversiones y diferentes fórmulas de financiación, así como elegir la alternativa óptima y configurar una estructura económico-financiera para la empresa que posibilite su viabilidad y supervivencia.

Además de esta formación en finanzas y contabilidad, este grado proporciona una sólida formación en áreas relacionadas y complementarias, como las de métodos cuantitativos, administración de empresas, economía y derecho, siendo, por tanto, un título generalista.

Formación académica

El Grado en Finanzas y Contabilidad presenta la siguiente estructura modular, distribuida en 240 créditos, equivalentes a 2.400 horas de formación:

FORMACIÓN BÁSICA, que comprende un total de 720 horas:

- Formación empresarial (Fundamentos de dirección y administración de empresas, marketing, contabilidad, finanzas), Economía, Estadística, Matemáticas, Derecho e Historia.

FORMACIÓN OBLIGATORIA, repartida en un total de 1.200 horas:

- Contabilidad financiera (240 horas)
- Análisis de operaciones financieras (120 horas)
- Análisis de estados financieros (120 horas)
- Mercados financieros (120 horas)
- Finanzas corporativas (120 horas)
- Economía española, mundial y sistema financiero (120 horas)
- Contabilidad de gestión (120 horas)
- Econometría (60 horas)
- Derecho mercantil (60 horas)
- Dirección estratégica de la empresa (60 horas)
- Creación de empresas (60 horas)

FORMACIÓN OPTATIVA, de 420 horas a elegir entre las siguientes materias:

- Contabilidad superior
- Planificación financiera y finanzas internacionales
- Sector público
- Fiscalidad empresarial
- Derecho del trabajo y de la seguridad social
- marketing financiero
- Informática de gestión

TRABAJO FIN DE GRADO, equivalente a 60 horas

Salidas profesionales

En la siguiente tabla se detallan los puestos de trabajo y/o perfiles profesionales más demandados en el mercado para el estudiantado del Grado en Finanzas y Contabilidad. En algunos casos, se han agrupado perfiles que realizan funciones y tareas similares, aunque en la descripción se especifican las diferencias fundamentales. Para facilitar su consulta, aparecen ordenados alfabéticamente y se puede acceder a la información completa de cada perfil en la referencia indicada en el anexo.

<ul style="list-style-type: none"> • Actuario/a • Analista de riesgos 	<p>Actuario/a es quien, mediante técnicas estadísticas y matemáticas, es capaz de estimar y analizar el riesgo de una operación, contrato o entidad. Suelen trabajar en actividades de seguros y financieras, proporcionando evaluaciones de sistemas de garantía financiera.</p> <p>Las personas que analizan riesgos se encargan de analizar y cuantificar los riesgos a los que se exponen las empresas y entidades financieras en las distintas operaciones que llevan a cabo. Para ello, realizan un diagnóstico de la situación financiera de la empresa, determinando los riesgos a los que se exponen, que pueden ser, básicamente, operacionales, de liquidez, de endeudamiento o falta de crédito.</p> <p>→ Información completa en referencias nº 10 y 47 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Analista en fusiones y adquisiciones (M&A) 	<p>Apoya en la estrategia de la empresa estudiando oportunidades de mercado. Hace valoraciones de empresas, prepara y supervisa análisis financieros y sectoriales, proporciona apoyo en la negociación de procesos de fusión y adquisición de empresas y se encarga de la proyección y modelización financiera.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 73 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a en contabilidad • Asesor/a financiero/a 	<p>Las personas que trabajan en el área financiera y contable de una organización pueden desarrollar su actividad de forma interna en una empresa, en relación de dependencia, o de forma externa, prestando sus servicios de forma autónoma, sin relación de dependencia. Realizan trabajos como la formulación de cuentas anuales, asesoramiento contable, análisis de inversiones financieras, elaboración de informes periciales y otros de esta índole.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Analista de presupuestos 	<p>Quienes se encargan del análisis de presupuestos ayudan a las instituciones a organizar sus finanzas, ya sea para instituciones públicas o compañías privadas. Se encargan de preparar informes presupuestarios y evaluar las propuestas presupuestarias.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 44, 84 y 85 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Auditor/a de cuentas 	<p>Un/a auditor/a desarrolla trabajos de revisión y verificación de estados contables, debiendo tener para ello la autorización del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC). Entre sus funciones principales se encuentran: examinar la información financiera y contable de la empresa, analizar los recursos y obligaciones de la empresa y velar por la precisión y consistencia en los registros financieros.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 66 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Coach financiero 	<p>Su función es acompañar, instruir o entrenar a una persona o a un grupo de ellas en temas financieros, con el objetivo de conseguir cumplir metas o desarrollar habilidades específicas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 38 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Controller 	<p>La labor de un <i>Controller</i> de gestión dentro de las compañías actuales se centra principalmente en el diseño de los sistemas contables, de información y de planificación y gestión. Además, tienen el deber de mantener una comunicación fluida con la dirección con objeto de seleccionar las vías más apropiadas para la consecución de los objetivos empresariales. Dentro de sus funciones entrarían también las actividades relativas al control presupuestario de la organización y la toma de decisiones en materias estratégicas y de inversión.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 7 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a financiero/a 	<p>Es la persona encargada de tomar las decisiones relevantes en materia de inversión y/o financiación en una empresa, ocupándose del diseño de la política financiera de la empresa y participando en la planificación estratégica de la misma. Sus funciones básicas se concretan en gestionar la liquidez de las empresas, asignar y controlar los costes, y buscar y evaluar financiación para llevar a cabo las inversiones que requiera la empresa. En esencia, trata de resolver las decisiones de inversión- financiación incurriendo en el menor riesgo posible.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 82 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Empleado/a de entidades financieras 	<p>En la actualidad, como consecuencia de la reestructuración financiera, los perfiles que más se demandan para trabajar en entidades bancarias son los que tienen una clara orientación al negocio y al cliente, con iniciativa y alto nivel de compromiso. Se responsabilizan de comercializar y promover la venta de productos y servicios financieros entre sus clientes, efectuando asesoramiento técnico financiero y fiscal, garantizando la gestión de la cartera y su fidelización a la entidad.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 4 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Empleado/a del sector público 	<p>Desempeñan funciones retribuidas en las administraciones públicas al servicio de los intereses generales. Dentro de la administración existen distintos tipos de empleos con diferentes condiciones: funcionariado de carrera, personal laboral, funcionariado interino, personal directivo y personal eventual.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 8 y 11 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluador/a o auditor/a de proyectos 	<p>Un/a evaluador/a o auditor/a es la persona que se encarga de realizar el análisis de un proyecto determinado, informando si éste cumplió con los objetivos trazados y sí se realizó en el tiempo estipulado.</p> <p>Además, es la persona capacitada y experimentada que se designa por una autoridad competente o por una empresa de consultoría, para revisar, examinar y evaluar con coherencia los resultados de la gestión administrativa y financiera de una dependencia (institución gubernamental) o entidad (empresa o sociedad) con el propósito de informar o dictaminar acerca de ellas, realizando las observaciones y recomendaciones pertinentes para mejorar su eficacia y eficiencia en su desempeño.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 20 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en bancos de negocios 	<p>La banca de negocios o inversiones hace referencia al segmento dentro de la banca especializado en obtener fondos para proyectos concretos de inversión o de financiación global de sus clientes, mediante la emisión y venta de valores de renta fija y variable en los mercados de capitales. Estos/as expertos/as ofrecen también asesoramiento en los procesos de fusión, en los de adquisición y en otras reorganizaciones de tipo empresarial.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 26 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en bolsa y mercados financieros 	<p>Se encargan de analizar la situación de los mercados financieros, de los valores, o de cualquier activo negociable con el objetivo de intentar predecir su evolución futura y, por tanto, poder tomar decisiones de inversión acertadas. Pueden trabajar en agencias y sociedades de valores, en entidades financieras o prestar asesoramiento financiero en banca privada y banca personal.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 52 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a comercial y patrimonial 	<p>Los/as gestores/as de patrimonios se encargan del desarrollo de una estrategia de inversión, tras un análisis de la situación y perfil del cliente, para tratar de alcanzar sus objetivos financieros y, con ello, el equilibrio de sus recursos y necesidades futuras.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 21 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de tesorería 	<p>Se encargan de la optimización de la liquidez, con el fin de garantizar la disponibilidad de los fondos necesarios para la realización de los pagos comprometidos por la empresa en la divisa adecuada y en el momento preciso.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 22 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Inspector/a de entidades de crédito 	<p>Los/as inspectores/as de entidades de crédito realizan trabajos dirigidos a examinar y valorar la situación y actuación de las entidades supervisadas, y el cumplimiento por parte de ellas de las normas específicas de obligada observancia, mediante visitas de inspección a dichas entidades, dondequiera que estén situadas, así como el análisis de la información que vienen obligadas a suministrar al Banco de España y elaborar los correspondientes informes.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 30 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Inspector/a de Hacienda • Subinspector/a de Hacienda 	<p>Se trata de funcionariado público que forma parte de la Agencia Tributaria, y que se encarga de la gestión de impuestos y su posterior recaudación. También lleva a cabo la gestión aduanera y el control del contrabando, así como la vigilancia e investigación de empresas, y las distintas transacciones que éstas realicen.</p> <p>Por lo tanto, su principal cometido es asegurar que todas aquellas personas y organizaciones pagan los impuestos correspondientes en función de la renta y el capital.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 34 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Inspector de seguros y fondos de pensión 	<p>Los/as inspectores/as de seguros del Estado son un cuerpo adscrito al Ministerio de Economía, que tienen encomendadas funciones de control e inspección de las entidades aseguradoras y de ahorro, planes y fondos de pensiones y corredurías de seguros.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 83 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de cuentas (Key account manager) 	<p>Es la persona que tiene la responsabilidad de gestionar las cuentas claves de la empresa. Su objetivo principal es asegurar que se mantengan las relaciones a largo plazo entre el cliente y la organización de manera efectiva</p> <p>Las cuentas clave son aquellas que proporcionan una alta facturación a la empresa u organización, o también aquellas que se consideran estratégicas por su impacto en la imagen de marca.</p> <p>Entre sus funciones se encuentran la gestión de la información orientada a la toma de decisiones, el diseño de planes estratégicos específicos para cada cliente, la motivación y liderazgo de equipos, entre otras.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 32 y 64 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Operador/a en mercado de valores 	<p>Participan en la negociación de valores de renta variable o la transferencia de activos financieros en cualquier mercado financiero, ya sea por sí mismos, o en nombre de otra persona. Operan en calidad de agentes, aseguradores, profesionales del arbitraje, especuladores o inversores.</p> <p>Además, tienen la capacidad de informar sobre productos y servicios de inversión o servicios auxiliares.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 49 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Teleoperador/a de productos financieros 	<p>Su principal función es comercializar productos financieros y sus derivados, informar a los clientes sobre los productos y servicios encargándose de la activación y venta cruzada de los mismos. Suelen ser requeridos por entidades bancarias.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 80 del Anexo</p>

Grado en Marketing e Investigación de Mercados



Descripción General

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada se adapta plenamente a las demandas del mundo empresarial ya que su objetivo es formar a profesionales versátiles, con un gran bagaje de conocimientos económicos y empresariales y aportándoles una visión práctica de los problemas comerciales.

Este grado tiene como objetivo formar a profesionales capaces de diseñar, desarrollar y controlar la estrategia y acciones comerciales de cualquier empresa e institución de índole pública o privada, a través del adecuado manejo de los instrumentos del marketing y de la investigación de mercados, tanto en el ámbito nacional, como internacional.

Los profesionales del marketing serán expertos en lograr ventajas competitivas sostenibles derivadas de la mejora en la capacidad de dirección comercial, administración y gestión de su organización, mediante la correcta comprensión y aplicación de las estrategias y procesos, que permitan que los productos y servicios tengan éxito en el mercado. Implica dominar las funciones de distribución, comunicación-publicidad y fijación de precios, entre otras. Los especialistas en investigación de mercados aplican procesos y técnicas para obtener información relevante en la toma de decisiones económico-empresariales, analizarla, interpretarla y ofrecérsela a los agentes que participan en un intercambio: oferentes, demandantes, instituciones y sociedad en general.

Formación académica

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados presenta la siguiente estructura modular, distribuida en 240 créditos, equivalentes a 2.400 horas de formación:

FORMACIÓN BÁSICA, que comprende un total de 720 horas:

- Formación empresarial (Fundamentos de dirección y administración de empresas, marketing, contabilidad, finanzas), Economía, Estadística, Matemáticas, Derecho e Historia.

FORMACIÓN OBLIGATORIA, repartida en un total de 1.200 horas:

- Análisis e investigación de mercados (180 horas)
- Métodos cuantitativos (120 horas)
- Dirección comercial (120 horas)
- Marketing sectorial (120 horas)
- Comunicación integrada de marketing (120 horas)
- Distribución comercial (120 horas)
- Dirección e investigación internacional (120 horas)
- Economía internacional (120 horas)
- Organización de empresas (60 horas)
- Dirección de ventas (60 horas)
- Creación de empresas (60 horas)

FORMACIÓN OPTATIVA, de 420 horas a elegir entre las siguientes materias:

- Dirección de la innovación y de la comunicación
- Extensiones del marketing
- Análisis estadístico
- Gestión empresarial
- Sociología y derecho mercantil
- soporte informático para la empresa
- Historia de la actividad comercial y del marketing
- Inglés para la comunicación intercultural y la negociación

TRABAJO FIN DE GRADO, equivalente a 60 horas

Salidas profesionales

En la siguiente tabla se detallan los puestos de trabajo y/o perfiles profesionales más demandados en el mercado para el estudiantado del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. En algunos casos, se han agrupado perfiles que realizan funciones y tareas similares, aunque en la descripción se especifican las diferencias fundamentales. Para facilitar su consulta, aparecen ordenados alfabéticamente y se puede acceder a la información completa de cada perfil en la referencia indicada en el anexo.

<ul style="list-style-type: none"> • Analista comercial • Responsable de contenidos promocionales (Content manager) 	<p>Los/as analistas comerciales aportan información de valor a las empresas mediante el análisis de los datos existentes, tanto en los sistemas internos de la compañía, como fuera de ella, y diseñan acciones de mejora en base a toda esa información. Entre sus funciones se encuentran la elaboración de informes de resultados, ventas y acciones comerciales, el análisis de comportamiento de los clientes y del mercado para la definición de acciones de comercialización. Igualmente, dan soporte al área comercial y de marketing, apoyando en la elaboración y modificación de las previsiones de venta, realizan cálculos de modelos de minería de datos (<i>data mining</i>) de cesta de la compra, potencial de clientes y desarrollo de la analítica <i>big data</i>.</p> <p>La persona responsable de contenidos promocionales se encarga de la estrategia de contenidos de una marca o empresa. Su labor dentro del equipo de marketing de la compañía se fundamenta en la creación, coordinación y edición de contenido de interés para ser consumido y aportar valor a un público objetivo.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 16 y 15 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Asesor/a en gestión de la identidad empresarial 	<p>Un/a asesor/a en gestión de la identidad corporativa o empresarial ayuda a las compañías a vestir su marca con su propia filosofía, creando una imagen acorde a su negocio y transmitiendo los valores que realmente desean transmitir al mundo.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 28 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Blogger 	<p>Son las personas dedicadas a gestionar un blog, ya sea personal o de una empresa. Su función es publicar contenidos informativos de forma regular, así como llegar a la audiencia correcta para atraer tráfico o generar ventas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 86 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Brand manager 	<p>El puesto de <i>brand manager</i> se encarga de la gestión estratégica de la marca. Su tarea es diseñar, ejecutar y supervisar la estrategia de marca, para lo que colabora estrechamente con otras áreas de la compañía como comunicación, marketing, finanzas o comercial.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 25 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a en agencias de sondeos y estudios de mercado 	<p>Estas personas se ocupan de recopilar la información necesaria para realizar un estudio de mercado. Para ejercer dicha labor, pueden trabajar de forma independiente o coordinar un equipo dedicado a la búsqueda de información.</p> <p>Para recolectar los datos deberá hacer encuestas, entrevistas y sondeos a la población objetivo. Una vez que recolecte la información, debe agruparla y organizarla para elaborar conclusiones a partir de ella, explicando los resultados de sus estudios a las empresas o personas que solicitaron esta información. A partir de estos resultados, podrá elaborar recomendaciones e indicar las formas correctas de proceder.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a en e-business • Experto/a en marketing de servicios 	<p>Un/a consultor/a de <i>e-business</i> posee una especialización en comercio en entornos digitales, ocupándose del asesoramiento a marcas y empresas, sobre todo, en lo referente al comercio electrónico.</p> <p>Un/a experto/a en marketing de servicios se encarga de diseñar y ejecutar estrategias de marketing centradas en vender cualquier cosa que no sea un producto tangible.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 2 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a de marketing 	<p>Las personas especializadas en consultoría de marketing tienen la responsabilidad de asesorar y aconsejar, así como de formular estrategias de mercado para ayudar a sus clientes en el lanzamiento efectivo y eficiente de productos, marcas o servicios.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 43 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a en marketing digital 	<p>Se encargan de crear e implementar una estrategia de marketing en el ámbito digital, con el fin de conseguir unos objetivos determinados para una marca o empresa.</p> <p>Esta figura es vital para asegurar que el proyecto online tenga visibilidad y genere ingresos. Para ello, prueban nuevas herramientas y metodologías, están continuamente investigando y aprendiendo sobre los diferentes aspectos y parámetros que afectan a la viabilidad de un proyecto, estudiando el mercado potencial y las acciones llevadas a cabo, para crear nuevas estrategias que permitan alcanzar el éxito, los objetivos y metas.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 87 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Consultor/a SEO 	<p>Un/a consultor/a SEO tiene una amplia experiencia en la optimización de páginas web, centrando su labor diaria en la aplicación de técnicas que favorezcan la mejora de un sitio web, con el objetivo de situarlo en las primeras posiciones de los buscadores más importantes de Internet.</p> <p>En el día a día, estas personas deben estudiar las palabras clave relacionadas con el sitio web, optimizar la arquitectura web (organización de la información, optimizar contenidos web, analizar qué webs son las idóneas para obtener enlaces, monitorización del sitio web y de los competidores directos, estudio permanente de las novedades sobre buscadores y marketing online, entre otras tareas.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 14 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Creador/a de contenidos digitales 	<p>Son las personas responsables de elaborar materiales de valor para una audiencia en el ambiente digital, en muchos momentos formando parte de una estrategia de marketing online. Su función principal es captar público y llevarlo hasta el contenido de una marca.</p> <p>Entre las tareas que realizan, cabe destacar la elaboración de contenidos originales y únicos para el público objetivo de acuerdo al calendario editorial de publicación, optimizar el contenido editable, medir y analizar la estrategia de marketing y revisarla en el caso de que sea necesario.</p> <p>→ Información completa en referencia nº 88 del Anexo</p>

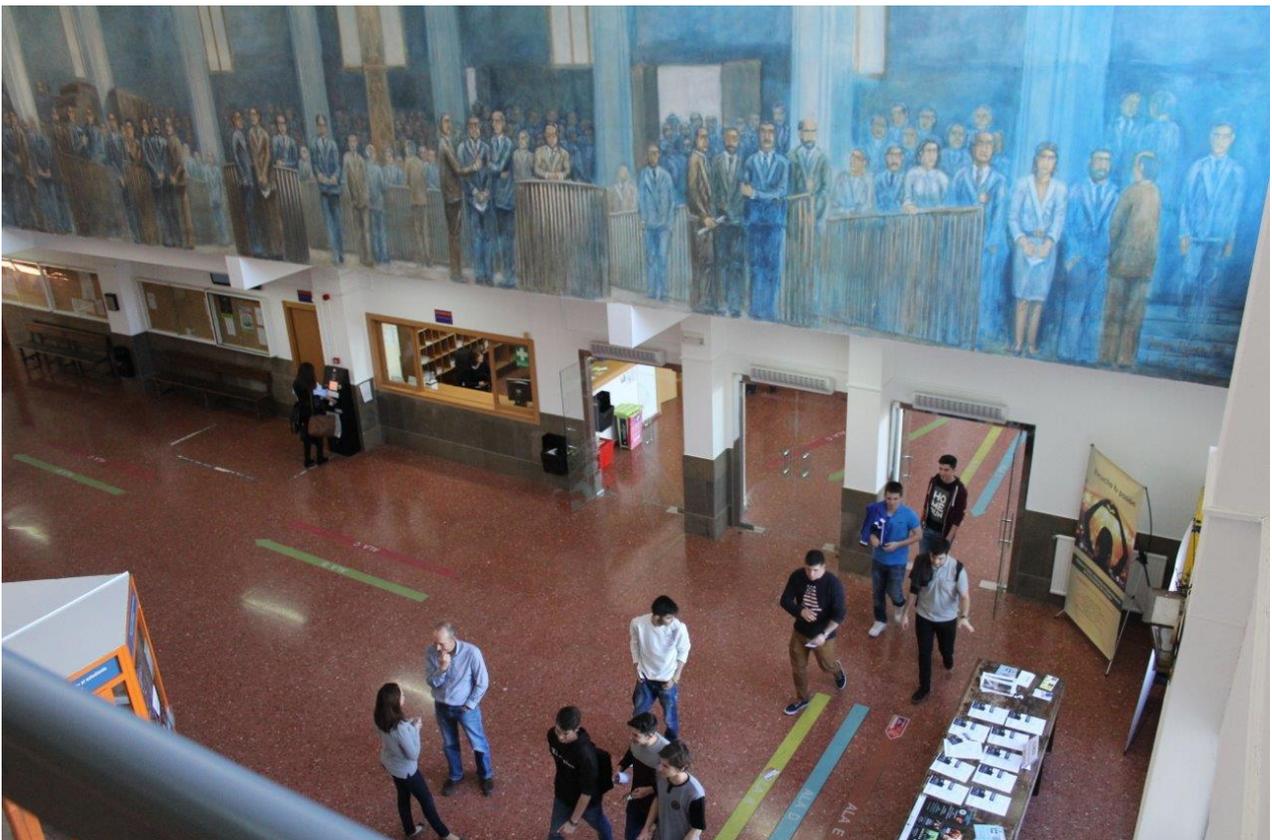
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a comercial 	<p>Estas personas son los máximos responsables de ventas (algunas veces también de marketing) de una empresa, sea cual sea el tamaño de ésta. Entre sus funciones cabe destacar la fijación de los objetivos concretos de ventas a toda la fuerza comercial a su cargo, establecer prioridades, concretar los diferentes canales comerciales, elaborar las previsiones de ventas, establecer la política de precios, diseñar las estrategias y gestionar la cartera de clientes estratégicos y de grandes cuentas.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 65 y 78 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de comunicación (Dircom) 	<p>Su misión principal es establecer la concepción, planificación y gestión de cualquier tipo de actividad de comunicación encomendada que afecte a la imagen pública de su organización o a su propio funcionamiento interno, según las indicaciones y estrategias del departamento de marketing, de quien depende en la mayoría de las empresas e instituciones.</p> <p>Desarrolla su actividad tanto en organismos e instituciones pertenecientes al sector público, como en empresas y organizaciones privadas.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 6 y 75 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de logística y distribución 	<p>Como responsable de logística debe planificar la estrategia para las actividades de suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución) con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.</p> <p>La persona encargada de la distribución organiza la recepción, almacenamiento y entrega de bienes a los clientes o puntos de venta. Se asegura de que los bienes se encuentren en el lugar correcto en el momento adecuado, para que su empresa pueda maximizar las ventas y los beneficios.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 46 y 70 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de publicidad 	<p>Es la persona que dirige las actividades publicitarias de una empresa u organización. Entre sus funciones se incluyen las de diseño de la estrategia de publicidad, determinación del presupuesto, relación y selección de agencias de publicidad y medios de comunicación, diseño y planificación de campañas publicitarias, y control de la eficacia de la publicidad.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 23 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador/a web 	<p>El diseñador web es la persona o profesional que reúne los conocimientos necesarios para crear sitios web con las características y requisitos necesarios para representar y defender un negocio, empresa o actividad en Internet. Pero, además, su condición de diseñador/a le permite dotar al conjunto de las páginas del sitio de un aspecto personalizado y diferencial.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 42 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Docente de enseñanzas regladas y no regladas 	<p>Imparten enseñanzas en los distintos niveles educativos. La formación reglada es el conjunto de enseñanzas que se encuentran dentro del sistema educativo español que se imparten (de forma presencial, a distancia o mixta), en centros públicos o privados de enseñanza, colegios e institutos, universidades, academias oficiales de formación, etc. En este caso el estudiantado obtiene un título oficial con validez académica.</p> <p>La formación no reglada es aquella que no está contemplada por el Ministerio de Educación, sino por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social. Está adaptada a la sociedad y tiene la misión de formar y capacitar a las personas para el trabajo, además de actualizar sus competencias y conocimientos a lo largo de su vida profesional, y no permita la obtención de un título oficial.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 9 y 13 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Empleado/a del sector público 	<p>Desempeñan funciones retribuidas en las administraciones públicas al servicio de los intereses generales. Dentro de la administración existen distintos tipos de empleos con diferentes condiciones: funcionariado de carrera, personal laboral, funcionariado interino, personal directivo y personal eventual.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 8 y 11 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente 	<p>Un/a experto/a en técnicas de medición de la satisfacción del cliente analiza la experiencia individualizada del usuario y, a partir de ahí, elabora las estrategias de marketing y desarrollo de producto más adecuadas para aumentar su satisfacción.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 5 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a de cuentas (Key account manager) 	<p>Es la persona que tiene la responsabilidad de gestionar las cuentas claves de la empresa. Su objetivo principal es asegurar que se mantengan las relaciones a largo plazo entre el cliente y la organización de manera efectiva</p> <p>Las cuentas clave son aquellas que proporcionan una alta facturación a la empresa u organización, o también aquellas que se consideran estratégicas por su impacto en la imagen de marca.</p> <p>Entre sus funciones se encuentran la gestión de la información orientada a la toma de decisiones, el diseño de planes estratégicos específicos para cada cliente, la motivación y liderazgo de equipos, entre otras.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 32 y 64 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Organizador/a de eventos (Event planner) 	<p>Su función principal es diseñar, planificar, producir y comunicar un evento, según unos objetivos y mensajes establecidos. Ya sea un evento social (bodas, comuniones, aniversarios...), corporativo (conferencias, congresos, viajes de trabajo, presentaciones...) o gubernamental (días festivos, actos ministeriales, visitas de Estado...), la cantidad de tareas a realizar y coordinar son diversas, como logística, seguridad, banquete, espacio, decoración, música, iluminación, etc.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 69 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Product manager 	<p>Se encarga de asegurar la gestión de un producto o líneas de productos, coordinando los diferentes departamentos de la empresa, con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor mejor que la competencia y con la rentabilidad óptima, de acuerdo con las políticas y objetivos generales de la empresa. Se le encomienda la misión de diseñar, implementar y evaluar el plan de marketing de aquellos productos que están bajo su responsabilidad, así como una gestión integral del producto desde todas las vertientes.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 81 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Shopper marketing 	<p>La función del <i>shopper marketing</i> consiste en mejorar la experiencia de compra y, con base en la percepción del comportamiento del cliente, involucra todos los estímulos y tácticas para alcanzar adecuadamente al público objetivo en el punto de venta, ayudando de esta manera a la construcción de la marca e influenciando en el momento de la compra.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 35 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Social media manager • Community manager 	<p><i>Social media manager</i> es la figura dentro del ámbito del marketing online que se encarga de preparar y planificar la estrategia de una marca o empresa en los medios sociales. Para ello, ha de crear y poner en marcha el plan de medios online, mediante el cual se decidirá en qué medios digitales (de comunicación, redes sociales, tv online, digital signal, etc.), se han de realizar campañas publicitarias.</p> <p>El puesto de <i>community manager</i> se responsabiliza de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, con cualquier usuario interesado en la marca.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 45 y 19 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Teleoperador/a comercial 	<p>Es aquella persona que se pone en contacto directo con un cliente a través de una llamada telefónica. Atiende al usuario de un servicio al objeto de resolver sus dudas, incidencias y reclamaciones. Con la atención de llamadas de usuarios, informa de los servicios del centro para el que trabaja, así como da soporte a campañas publicitarias de telemarketing, ya sean ligadas a la venta de productos y/o servicios, o simplemente con carácter informativo.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 27 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico/a en marketing internacional 	<p>Se ocupa, en términos generales, de trasladar la estrategia de marketing a los países en los que la empresa ha decidido empezar a operar. Para ello, se comienza por una fase de análisis, en la que se estudia la cultura y los comportamientos de los potenciales clientes en ese nuevo mercado. Lo siguiente es identificar las oportunidades que ha de aprovechar la compañía, así como percatarse de sus debilidades para intentar minimizarlas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 89 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Trade marketing 	<p>Es la persona responsable de aumentar la demanda de un producto a nivel de distribuidor o minorista, es decir, a niveles que no son el del consumidor. Entre sus funciones se encuentran impulsar el consumo y las ventas en una organización, mejorar la rotación del producto en el punto de venta, planificar y coordinar promociones y desarrollar el <i>merchandising</i> y <i>branding</i>, entre otras tareas de marketing.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 51 del Anexo</p>

Grado en Turismo



Descripción General

El título de Grado en Turismo de la Universidad de Granada ha sido diseñado para atender a las características propias de la actividad turística, su evolución, su continua y rápida transformación, y la aparición de nuevos retos como las mayores exigencias de calidad, los crecientes niveles de competitividad e internacionalización, y las demandas de sostenibilidad.

En consonancia con lo anterior, el objetivo general del título de Grado en Turismo es formar a profesionales capaces de realizar labores de gestión empresarial, promoción, comercialización y planificación turística, tanto en el conjunto de la organización como en cualquiera de sus áreas funcionales.

Para el desarrollo de estas labores y tomar decisiones, el futuro graduado en turismo debe contar con un amplio conocimiento de la situación actual del turismo en lo que se refiere a mercados, empresas, organizaciones (empresas e instituciones), destinos y productos, de modo que se consiga una adecuada gestión empresarial, territorial y patrimonial, que permita el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales, y de otra naturaleza.

Formación académica

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados presenta la siguiente estructura modular, distribuida en 240 créditos, equivalentes a 2.400 horas de formación:

FORMACIÓN BÁSICA, que comprende un total de 600 horas:

- Formación empresarial (Fundamentos de dirección y administración de empresas, marketing y contabilidad), Economía, Estadística, Geografía y Derecho.

FORMACIÓN OBLIGATORIA, repartida en un total de 1.380 horas:

- Idiomas aplicados al sector turístico (Inglés/Francés/Alemán) (360 horas)
- Gestión de empresas turísticas (240 horas)
- Economía del turismo (120 horas)
- Planificación territorial y turismo sostenible (120 horas)
- Patrimonio cultural (120 horas)
- Creación de empresas (60 horas)
- Otras materias aplicadas al sector turístico:
 - o Derecho y legislación (60 horas)
 - o Economía del transporte (60 horas)
 - o Gestión financiera (60 horas)
 - o Marketing de productos turísticos (60 horas)
 - o Organización internacional del turismo (60 horas)
 - o Tecnología informática para la empresa (60 horas)

FORMACIÓN OPTATIVA, de 240 horas a elegir entre las siguientes materias:

- Derecho aplicado al sector turístico
- Empleo y contratación laboral
- Gestión de empresas turísticas
- Gestión y planificación financiera
- Informática para la gestión turística
- Marketing turístico
- Patrimonio cultural
- Turismo y ocio

PRÁCTICAS EXTERNAS, equivalente a 120 horas

TRABAJO FIN DE GRADO, equivalente a 60 horas

Salidas profesionales

En la siguiente tabla se detallan los puestos de trabajo y/o perfiles profesionales más demandados en el mercado para el estudiantado del Grado en Turismo. En algunos casos, se han agrupado perfiles que realizan funciones y tareas similares, aunque en la descripción se especifican las diferencias fundamentales. Para facilitar su consulta, aparecen ordenados alfabéticamente y se puede acceder a la información completa de cada perfil en la referencia indicada en el anexo.

<ul style="list-style-type: none">• Agente de desarrollo turístico	<p>Los agentes de desarrollo turístico investigan los recursos y posibilidades turísticas (atractivos naturales, patrimonio histórico-artístico, gastronomía, etc.) de un determinado ámbito territorial con la finalidad de proceder a la elaboración y comercialización de planes de desarrollo en función de la posible demanda. Además, participan en la planificación de destinos turísticos y en su promoción, y desarrollan labores de información y orientación a los visitantes.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 3 y 74 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none">• Agente de viajes	<p>Un agente de viajes o asesor/a de viajes es una persona que se encarga de vender, asesorar y gestionar la logística de viajes normalmente turísticos o de negocios, contratados por sus clientes. Para ello, deben tener las competencias pertinentes para la selección de vuelos y hoteles y para suministrar la información necesaria a sus clientes de manera oportuna. Por lo general, quienes ejercen esta profesión suelen trabajar en agencias de viajes, o hacerlo de manera independiente o autónoma.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 60 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none">• Animador/a sociocultural	<p>Es la persona encargada de la programación, organización, dinamización y evaluación de actuaciones de intervención social que tienen como objetivo el desarrollo social mediante recursos comunitarios, culturales, de ocio y de tiempo libre.</p> <p>Algunas de las tareas que debe cumplir son analizar las características de cada colectivo beneficiario y diseñar el programa de actividades socioculturales teniendo en cuenta sus necesidades, establecer relación con los principales agentes comunitarios, planificar y programar actividades, establecer unos objetivos específicos para cada actividad y evaluar programas.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 90 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Director/a comercial de hotel 	<p>Se encargan de elaborar la estrategia comercial de un hotel, gestionando la política de precios y creando acciones de venta en función del posicionamiento y tipología de huéspedes.</p> <p>Asimismo, desarrollan otras múltiples tareas, como comprobar y analizar la satisfacción de los clientes, definir los objetivos y estrategia comercial del hotel, asistir a ferias y crear networking, gestionar las redes sociales y la publicidad online, preparar informes comerciales para la dirección, estudiar la política de precios de la competencia, organizar eventos en el hotel, etc.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 71 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de empresa de ocio y turismo cultural 	<p>Las personas responsables de la dirección de estas empresas aplican las técnicas de gestión empresarial a los problemas específicos del sector del ocio y cultura. Son profesionales capaces de dirigir equipos humanos y aplicar la planificación estratégica y las técnicas de comunicación y marketing en el campo de los servicios culturales y recreativos. Su trabajo aglutina capacidad creativa, conocimiento del sector y capacidad de gestión empresarial. Estas empresas complementan la oferta turística de un país, al proporcionar actividades o experiencias en el destino durante el viaje, dependiendo del segmento turístico, como es el turismo cultural, verde, rural, urbano, deportivo, de aventura, de balnearios, etc.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 18 y 79 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Director/a de expansión hotelera y de establecimiento turístico 	<p>Es la persona encargada de planificar y gestionar correctamente los procesos que se ponen en práctica cuando los hoteles o grupos hoteleros abren nuevas unidades de negocio o absorben hoteles ya existentes. Entre sus funciones principales cabe destacar la toma de decisiones respecto a los diferentes modelos de expansión a desarrollar (franquicias, contratos de gestión, alianzas estratégicas, etc.), la realización de análisis de viabilidad económica y financiera en el que se contemplan adquisiciones de suelos, inmuebles, establecimientos, etc., la negociación de condiciones económicas con los distintos agentes involucrados en las operaciones, así como otras funciones de supervisión y control.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 57 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dinamizador/a de turismo rural</i> 	<p>Quienes ejercen esta profesión actúan como impulsores y promotores de cambio y desarrollo en el medio rural a través de proyectos de dinamización económica, cultural, educativa.</p> <p>Poseen un profundo conocimiento rural, con gran capacidad para la prospección del territorio, la definición de necesidades y el diseño, implantación y acompañamiento en la gestión de proyectos de dinamización rural.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencias nº 72 y 62 del Anexo</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Empleado/a del sector público</i> 	<p>Desempeñan funciones retribuidas en las administraciones públicas al servicio de los intereses generales. Dentro de la administración existen distintos tipos de empleos con diferentes condiciones: funcionariado de carrera, personal laboral, funcionariado interino, personal directivo y personal eventual.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencias nº 8 y 11 del Anexo</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Experto/a en relaciones públicas y comunicación</i> 	<p>Las personas que trabajan en el ámbito de las relaciones públicas y la comunicación, se encargan de establecer los pilares para administrar la reputación de una empresa o institución. Ayudan a comunicar de manera amplia la marca, los valores vinculados a ella y, también, a crear narrativas sobre los productos y servicios. Con su trabajo, consiguen que el público comprenda mejor todo aquello que un negocio u actividad puede ofrecer.</p> <p>Tratan de construir la mejor estrategia global para estar en contacto con todos los públicos objetivo de una organización. Para ello, llevan a cabo funciones como el diseño, gestión y realización de eventos, gestión de la comunicación en situaciones de crisis para solucionar un conflicto y evitar que salga dañada la imagen y el prestigio de la organización, establecimiento de relaciones con las autoridades locales y comunicación online, entre otras.</p> <p>➔ <i>Información completa en referencia nº 17 del Anexo</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Experto/a en calidad turística 	<p>El objetivo principal de un/a experto/a en calidad turística es lograr un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de un determinado destino, englobando tanto a los servicios turísticos propiamente dichos como a aquellos otros que, sin serlo estrictamente, contribuyen a la formación de la experiencia turística en un destino.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 41 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Gestor/a en alojamientos turísticos 	<p>Un/a gestor/a de alojamientos turísticos puede desempeñar una gran variedad de funciones. Algunas de las más comunes tienen que ver con la gerencia de un establecimiento turístico, en la que se integran las áreas de atención al cliente, distribución y comercialización de servicios turísticos, mantenimiento o relaciones públicas.</p> <p>Otra actividad en la que pueden trabajar es en la gestión de alquileres de viviendas turísticas, que ponen a disposición distintos propietarios privados, para este fin.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 91 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico/a 	<p>Es la persona encargada de la coordinación, recepción, asistencia y conducción de los turistas y visitantes.</p> <p>Entre sus funciones principales se encuentran: informar e interpretar el patrimonio, los bienes de interés cultural y natural, y demás recursos turísticos del ámbito específico de actuación a turistas y visitantes, de manera atractiva, interactuando con ellos y despertando su interés, así como presentarles servicios de acompañamiento y asistencia, utilizando, en caso necesario, otra lengua extranjera, de modo que se sientan atendidos en todo momento, se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute lúdico, y se cumplan los objetivos de la entidad organizadora del servicio.</p> <p>➔ Información completa en referencias nº 18 y 31 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Informador/a turístico/a 	<p>Su tarea consiste en el asesoramiento a los turistas que visitan un lugar sobre los recursos y actividades que pueden encontrar. Es un trabajo multifacético, cuyas funciones van desde ofrecer información de carácter turístico, realizar la promoción de un determinado territorio, participar en el asesoramiento de proyectos turísticos o planificar rutas de viaje adecuadas a las necesidades o expectativas de los turistas.</p> <p>El/la informador/a turístico/a debe personalizar su trabajo, adaptándolo a las características o necesidades de los turistas que visitan un territorio, en función de las motivaciones del viaje (turismo de sol y playa, cultural, de congresos, de aventura, joven...).</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 29 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Promotor/a turístico/a 	<p>Se encarga de investigar y analizar la información para el estudio del mercado turístico de una zona, identificar las características del mercado turístico, organizar y controlar el desarrollo de los productos turísticos definidos, recopilar y analizar datos estadísticos sobre patrimonio turístico e incluso ejecutar inspecciones en hoteles y agencias de viajes turísticos para evaluar condiciones existentes.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 33 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de eventos / Comercial de convenciones y congresos 	<p>Un/a responsable de eventos, o también denominado comercial de convenciones y congresos, se encarga de diseñar, planificar, producir y analizar el proceso completo de cualquier tipo de evento. Es la persona que se ocupa de definir cada acción a llevar a cabo para conseguir el objetivo propuesto. Se encarga de definir el público objetivo al que se dirige, las necesidades corporativas para el evento, las posibles necesidades del público para el evento, el equipo de trabajo a involucrar en el evento y la estimación de los recursos a necesitar.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 92 del Anexo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Recepcionista y conserje de hotel 	<p>Son profesionales que ofrecen una de las caras más visibles de un hotel o empresa hotelera, ya que son las personas encargadas del área de recepción. Reciben a los huéspedes a su llegada al hotel y también son los últimos que tienen contacto con los mismos antes de terminar su estancia. Entre las funciones desempeñadas en este puesto de trabajo o empleo, cabe destacar la realización del <i>check-in</i> y <i>check-out</i>, así como concertar citas, facilitar información, preparar facturas, cobrar o encargarse de los archivos y gestionar documentación.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 93 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisor/a de catering y colectividades 	<p>Un/a supervisor/a de catering y colectividades se encarga de tareas como el control de resultados y facturación, administración de personal, orientación y seguimiento de los procedimientos, seguridad alimentaria, interlocución con el cliente y optimización de resultados.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 68 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turismólogo/a 	<p>Profesional que conoce, investiga, estudia y analiza el turismo en su totalidad, considerando su campo de análisis como una ciencia social en constante desarrollo metodológico y relacionada con las ciencias económicas. Puede participar de las políticas del Estado, velar por el cuidado del Patrimonio Cultural y regular los flujos de turismo según las necesidades del destino.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 55 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Turistólogo/a 	<p>Profesional que estudia al turista y sus distintas acciones de motivación, desplazamiento, uso y satisfacción del espacio turístico. Se centra en lo que implica la realización de un viaje, desde el punto de vista del turista. Investiga sus características, su presupuesto, las motivaciones del viaje, en qué temporada prefiere viajar, si lo hace solo o acompañado...</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 76 del Anexo</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Wedding Planner 	<p>Se encarga de la planificación, coordinación y desarrollo de todos los aspectos relacionados con la boda, permitiendo descargar en él todo el trabajo y esfuerzo necesario para llevar a cabo la celebración de la boda.</p> <p>➔ Información completa en referencia nº 48 del Anexo</p>

ANEXO

Como se ha indicado en la presentación de esta guía, se ha tomado como punto de partida, la guía de salidas profesionales que ha elaborado el Centro de Promoción de Empleo y Prácticas, y que puede ser consultada en el siguiente enlace:

<https://empleo.ugr.es/salidasprofesionales/>

Asimismo, para realizar la descripción de las funciones y tareas de los perfiles profesionales recogidos en esta guía, ha sido necesario buscar y extraer información de numerosas fuentes en Internet, permitiendo obtener una información más detallada de cada puesto de trabajo, y cuyas referencias se pueden consultar en los siguientes enlaces:

1. <https://atcee.es/>
2. <https://www.educaweb.com/profesion/tecnico-analista-mercado-477/>
3. https://www.lectiva.com/noticias/lb-empleo-ca_profesion_agente-turistico.htm#:~:text=Es%20el%20profesional%20encargado%20de,funci%C3%B3n%20de%20la%20posible%20demanda.
4. <https://www.educaweb.com/profesion/empleado-banca-20/>
5. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/E/fitxa4672/expertoa-en-tecnicas-de-medicion-de-la-satisfaccion-del-cliente.do>
6. https://es.wikipedia.org/wiki/Director_de_comunicaci%C3%B3n
7. <https://www.enaes.es/blog/el-controller-de-gestion-un-puesto-cada-vez-mas-demandado>
8. <https://www.iberley.es/temas/concepto-clases-empleados-publicos-11831#:~:text=El%20Estatuto%20B%C3%A1sico%20del%20Empleado,al%20servicio%20de%20las%20Administraciones>

9. <https://www.cursosfemxa.es/blog/13912-formacion-reglada-vs-formacion-no-reglada#:~:text=formaci%C3%B3n%20no%20reglada.-,Formaci%C3%B3n%20Reglada,academias%20oficiales%20de%20formaci%C3%B3n%2C%20etc.>
10. <https://www.avanzaentucarrera.com/orientacion/profesiones/banca-finanzas/que-hace-un-analista-de-riesgos/#:~:text=El%20analista%20de%20riesgos%20se,no%20est%C3%A9n%20destinadas%20al%20fracaso.>
11. <https://www.iberley.es/temas/concepto-clases-empleados-publicos-11831#:~:text=El%20Estatuto%20B%C3%A1sico%20del%20Empleado,al%20servicio%20de%20las%20Administraciones>
12. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/T/fitxa19988/tecnicoa-en-comercio-exterior.do#:~:text=En%20concreto%2C%20la%20funci%C3%B3n%20principal,operaciones%20internacionales%20de%20las%20empresas.>
13. <https://www.cursosfemxa.es/blog/13912-formacion-reglada-vs-formacion-no-reglada#:~:text=formaci%C3%B3n%20no%20reglada.-,Formaci%C3%B3n%20Reglada,academias%20oficiales%20de%20formaci%C3%B3n%2C%20etc.>
14. <https://www.webpositeracademy.com/blog/que-es-un-consultor-seo/>
15. <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/content-manager#:~:text=El%20Content%20Manager%20es%20el,valor%20a%20un%20porcentaje%20p%C3%BAblico%20objetivo.>
16. <https://www.aquora.es/blog/analista-comercial/>
17. <https://www.agenciasdecomunicacion.org/relaciones-publicas/%C2%BFque-hacen-exactamente-los-profesionales-de-relaciones-publicas.html>
18. <https://www.entornoturistico.com/guia-turismo-cuales-funciones/>

19. <https://rockcontent.com/es/blog/que-hace-un-community-manager/#:~:text=El%20Community%20Manager%20es%20el,usuario%20intereso%20en%20la%20marca.>
20. <https://www.udi.edu.co/proyeccion-social-y-extension/29-reglamentos-documentos-y-formatos/28-01-manual-para-evaluadores-de-proyectos#:~:text=Un%20EVALUADOR%2C%20es%20la%20persona,realiz%3%B3%20en%20el%20tiempo%20estipulado.>
21. <https://economipedia.com/definiciones/gestion-de-patrimonios.html>
22. <https://www.sage.com/es-es/blog/conoce-que-es-la-gestion-de-tesoreria-y-como-tenerla-bajo-control/>
23. <https://www.educaweb.com/profesion/director-publicidad-1006/>
24. <https://www.modelocurriculum.net/funciones-y-tareas-del-orientador-laboral.html>
25. <https://www.aggylon.es/es/articulo/0/0/todo/54/el-brand-manager-qu-es-funciones-habilidades-y-herramientas-de-trabajo#:~:text=Definici%C3%B3n%20y%20tareas,%20marketing%20finanzas%20o%20comercial.>
26. <https://economipedia.com/definiciones/banca-de-inversion.html>
27. <https://fundacionadecco.org/blog/blog/trabajar-teleoperador-lo-necesitas-saber/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20un%20Teleoperador,sus%20dudas%20incidencias%20y%20reclamaciones.>
28. <https://cazcarra.com/blog/que-hace-un-asesor-de-imagen-para-empresas/>
29. https://www.lectiva.com/noticias/lb-empleo-ca_profesion_informador-turistico.htm
30. https://www.bde.es/f/webbde/PER/convoca/ficheros/2018A24_Bases.pdf
31. <https://www.educaweb.com/profesion/guia-turistico-212/>
32. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/corporativo/comercial/key-account-manager-quien-es-y-cuales-son-sus-funciones/>

33. [https://www.municaj.gob.pe/archivos/convocatorias15/Proceso_Seleccion2/D_Economico/promotor %20turistico %20I deconomico.pdf](https://www.municaj.gob.pe/archivos/convocatorias15/Proceso_Seleccion2/D_Economico/promotor%20turistico%20I_deconomico.pdf)
34. <https://www.educaweb.com/profesion/inspector-hacienda-610/#:~:text=Los%20inspectores%20de%20hacienda%20son,si%20debe%20invertirse%20una%20empresa.>
35. <https://clubdeltrade.com/blog/que-es-shopper-marketing/>
36. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/A/fitxa5115/asesorria-comercial-de-seguros.do#:~:text=La%20funci%C3%B3n%20principal%20de%20un,cartera%20y%20captar%20otros%20nuevos.>
37. <https://www.bizneo.com/blog/tecnico-de-seleccion-de-personal/>
38. <https://opinatron.com/coaching-financiero-coach-gratis/>
39. <https://noticias.universia.cl/educacion/noticia/2018/09/12/1161656/dedicacion-consultor-sap.html>
40. <https://www.ec.undp.org/content/ecuador/es/home/presscenter/articles/2015/04/23/foro-latinoamericano-y-del-caribe-sobre-desarrollo-economico-territorial-quito-ecuador-18-y-19-de-mayo-de-2015.html>
41. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/E/fitxa6083/expertoa-en-calidad-turistica.do>
42. <https://www.ingeniovirtual.com/que-es-un-disenador-web/>
43. <https://es.slideshare.net/osanoja/consultor-de-marketing-11780005#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20consultor%20de,de%20productos%20marcas%20o%20servicios.>
44. <https://www.siifacil.es/cuales-son-las-funciones-de-un-asesor-contable/#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20un%20asesor%20contable,mejorar%20la%20gesti%C3%B3n%20del%20negocio.>
45. <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/social-media-manager>

46. <https://www.educaweb.com/profesion/gerente-distribucion-386/#:~:text=Puede%20ser%20que%20deban%20encargarse,y%20formaci%C3%B3n%20de%20dicho%20personal.>
47. <https://www.solunion.es/blog/el-analista-de-riesgo-un-rol-vital-dentro-de-las-empresas-de-seguros-de-credito/>
48. <https://www.estudiahosteleria.com/blog/organizacion-eventos-protocolo/que-hace-un-wedding-planner>
49. <https://es.ihodl.com/academy/trading-types/operadores-diferentes-inversores/#:~:text=Operadores%20de%20valores.,en%20nombre%20de%20otra%20persona.&text=Inversores%20de%20valores.>
50. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/empleoformacionytrabajoautonomo/sae/areas/mejora-empleabilidad/empresas-insercion.html>
51. <https://www.dualidad.cl/que-es-el-trade-marketing-funciones/#:~:text=Funciones%20del%20Trade%20Marketing,desarrollar%20el%20merchandising%20y%20branding.>
52. <http://www.expertobolsa.ua.es/>
53. <https://idboxrt.com/sap/>
55. <https://www.entornoturistico.com/diferencias-entre-un-turismologo-y-un-turistologo/>
57. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/D/fitxa6023/directora-de-expansion-hotelera.do>
58. <https://blog.bankinter.com/economia/-/noticia/2016/9/26/digital-media-planner-que-que-hace-cuanto-cobra#:~:text=Funciones%20del%20digital%20media%20planner,y%20supervisi%C3%B3n%20de%20las%20mismas.>
59. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/A/fitxa5644/analista-de-puestos-de->

74. <https://www.abaco.com.es/que-funciones-tiene-un-agente-turistico/>
75. <https://www.emprendepyme.net/dircom-principales-funciones-del-director-de-comunicacion.html>
76. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/soy-turismologo-o-turistologo>
77. https://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas#Definiciones
78. <https://www.mastermarketing-valencia.com/ventas-y-gestion-comercial/blog/perfil-director-comercial-marketing/>
79. <https://www.efdeportes.com/efd137/el-turismo-activo-como-complemento-del-sector-turistico.htm>
80. <https://blog.hubspot.es/service/funciones-teleoperador>
81. <https://www.iebschool.com/blog/que-hay-de-los-product-manager-comercio-ventas/>
82. <https://www.eude.es/blog/funciones-director-financiero/>
83. <https://www.rankia.com/blog/mejores-masteres-finanzas-mba/4213420-oposicion-inspectores-seguros-estado-funciones-requisitos-retribucion-fases-temario>
84. <https://neuvoo.es/neuvooPedia/es/asesor-financiero/>
85. <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/A/fitxa4492/analista-de-presupuestos.do>
86. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-un-blogger>
87. <https://anaivars.com/consultor-de-marketing-digital/>
88. <https://rockcontent.com/es/blog/creador-de-contenido/>
89. <https://www.ifp.es/blog/que-funciones-tiene-un-tecnico-en-marketing-internacional>
90. <http://ineditviable.blogspot.com/2012/03/el-animador-sociocultural-funciones.html>
91. <https://chekin.com/blog/gestion-de-alojamientos-turisticos/>

^{92.} <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/R/fitxa6015/responsable-de-eventos.do>

^{93.} <https://www.turijobs.com/blog/trabajar-recepcionista-hotel/>

Godel
Edition

ISBN: 978-84-17970-61-1



9 788417 970611

DL: GR 825-2021