
Diploma Universitario de

Técnicas De
Comercialización

INTRODUCCIÓN

1. Objetivos de la formación

El Diploma Universitario de Tecnología en Técnicas de comercialización permite:

- **Formar estudiantes con el fin de ocupar puestos comerciales polivalentes, autónomos y evolutivos**
- **Acompañar a los estudiantes en un verdadero proceso universitario profesionalizante**
- **Preparar una inserción profesional o una continuación de estudios**

El DUT Técnicas de Comercialización forma en cuatro semestres a todos los oficios del comercio. Las competencias apuntadas son muy amplias. El diplomado TC es polivalente, interviene en todas las etapas de la comercialización : desde el estudio de mercado hasta la venta pasando por la estrategia marketing, la comunicación comercial, la negociación en compras y la negociación en ventas, la relación con el cliente, etc. Opera en todos los sectores de la actividad económica: banco, seguro, gestión de patrimonio, sector inmobiliario, importación y exportación, transporte, comunicación, eventos, gran distribución, comercio al por menor, industria.

Ocupa los puestos de agregado comercial, consejero comercial, encargado de clientela, asistente comercial, técnico-comercial, negociador, asistente marketing, jefe de sección, responsable comercial. Con experiencia, evoluciona hacia puestos de dirección: jefe de producto, responsable de zona, director de ventas, responsable de exportaciones, comprador, encargado de desarrollo comercial, responsable marketing, mánager de departamento, gerente de almacén o gerente de PYME, jefe de publicidad, etc.

2. Marco referencial de actividades y competencias

Durante los cuatro semestres de la formación, los métodos de aprendizaje y las actividades situacionales insisten en las cualidades que corresponden a las expectativas del entorno profesional. Estas cualidades permiten facilitar la integración del egresado en la empresa y su desarrollo personal y profesional.

El egresado TC debe demostrar:

Adaptabilidad/ Autonomía	<ul style="list-style-type: none">✓ Sabe ajustar su comportamiento y sus decisiones en un contexto dado, sencillo o complejo, demuestra autonomía✓ Gestiona su tiempo y organiza su trabajo
Rigor	<ul style="list-style-type: none">✓ Usa las herramientas del manager, los escritos profesionales✓ Le importa el autocontrol en la acción
Espíritu de equipo	<ul style="list-style-type: none">✓ Se integra en un equipo✓ Comparte las informaciones y justifica sus actos y resultados✓ Contribuye a los resultados del grupo
Anchura de miras	<ul style="list-style-type: none">✓ Adopta una actitud que no es dogmática✓ Sabe escuchar, entender e integrar nuevas ideas, iniciar nuevas relaciones profesionales y abrirse al entorno internacional

Espíritu de iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Busca las oportunidades para que la organización en la que se halla pueda evolucionar (desde la unidad operacional hasta la cumbre de la jerarquía) ✓ Sabe tomar una decisión. ✓ Toma iniciativas y asume las responsabilidades que procedan, se compromete
Capacidades relacionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dispone de un buen conocimiento de las herramientas de comunicación y de los sistemas de información ✓ Desarrolla sus cualidades relacionales y demuestra empatía
Orientación cliente	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evoluciona en una gestión óptima de satisfacción y de calidad para el cliente, cualquiera sea su cargo en la organización
Ética	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Adopta una actitud responsable con respecto a las decisiones que toma ✓ Considera las consecuencias económicas pero también humanas, sociales y ecológicas, en una lógica de desarrollo sostenible

Afición al reto

- ✓ Es **dinámico y entusiasta**
- ✓ Es **perseverante**
- ✓ **Se fija** objetivos y **establece** los medios atinados para **alcanzarlos**

Competencias básicas del egresado DUT TC

Actividades (Preparación de la acción comercial)	Competencias (el egresado DUT TC es capaz de)
Análisis del contexto	<ul style="list-style-type: none">✓ Aplicar las técnicas de dirección de proyectos✓ Identificar las especificidades del producto✓ Analizar los contextos económicos así como los mercados✓ Tomar en cuenta la competencia✓ Emplear las herramientas del marketing✓ Apropiarse la política marketing, los ejes de comunicación y la estrategia de la empresa✓ Entender la organización, la cultura de la empresa y los modos de gestión✓ Adquirir una cultura económica que permita comprender las evoluciones de los mercados

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer modelos de previsión y enfoque probabilista en el marco de los estudios y encuestas comerciales ✓ Analizar el contexto y las obligaciones jurídicas, económicas o sociales de su actividad ✓ Definir las acciones por hacer ✓ Elaborar las acciones de prospección, de establecer contacto con los clientes , de desarrollar su clientela
Realización de estudios de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elegir y emplear la gestión apropiada y las herramientas pertinentes de recolección de informaciones cuantitativas y cualitativas ✓ Sintetizar e interpretar los datos
Elaboración de la estrategia marketing	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Situarse en una lógica de recolección permanente de datos importantes para la actividad marketing y comercial de la empresa ✓ Apoyarse en los principales métodos de diagnóstico interno y externo
Creación del plan de mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proponer orientaciones estratégicas (elección de o de los campos de actividad a la segmentación y al posicionamiento) argumentadas ✓ Planificar las acciones necesarias con el fin de alcanzar los objetivos y de establecer las herramientas de control de gestión ✓ Actuar sobre las variables Producto, Precio, Comunicación y Distribución

Administración de la fuerza de venta

- ✓ **Comprender** los circuitos de distribución
- ✓ **Integrarse** en un equipo comercial
- ✓ **Dirigir** un equipo comercial y animar la fuerza de venta
- ✓ **Analizar** comportamientos, motivaciones y **propiciar** la dinámica de grupos
- ✓ **Gestionar** los conflictos
- ✓ **Realizar** la primera fase de contratación de colaboradores
- ✓ **Dominar** las herramientas informáticas básicas
- ✓ **Adaptarse** rápidamente a los software de la empresa
- ✓ **Dominar** las técnicas de comunicación comercial
- ✓ **Elaborar** los soportes y herramientas de comunicación adaptados
- ✓ **Dominar** la elaboración y el seguimiento de un presupuesto
- ✓ **Es capaz de analizar y utilizar** los documentos contables

<p>Dirección de la fase de prospección</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Explotar las fuentes de informaciones comerciales y las técnicas de tratamiento de la información ✓ Recoger la información y analizar la información profesional ✓ Jerarquizar y sintetizar la información ✓ Analizar los perfiles de clientela ✓ Realizar los cuestionarios de encuesta y las herramientas de visualización de los resultados ✓ Explotar los datos cifrados ✓ Obtener citas ✓ Planificar su trabajo según su estatuto de asalariado o de independiente
<p>Entrevista comercial y conclusión</p>	<p>El egresado DUT TC es capaz de:</p>
<p>Análisis de las necesidades del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manifestar una escucha activa (escucha y oye) ✓ Demostrar cultura general y empatía
<p>Reformulación de las propuestas/Argumentación/Tratamiento de las objeciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confirmar una información ✓ Reformular de manera sintética ✓ Expresarse con soltura y de manera profesional en francés y de tener una buena elocución ✓ Comunicar de manera operacional en un idioma extranjero

<p>Conclusión</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cerrar el trato ✓ Interpretar las cláusulas esenciales del contrato ✓ Informar al cliente del marco jurídico ✓ Llevar la frustración y vivir con el rechazo del cliente ✓ Administrar el riesgo del cliente
<p>Seguimiento del cliente</p>	<p>El egresado DUT TC es capaz de:</p>
<p>Gestión de la relación cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Usar las herramientas de la gestión de la relación cliente ✓ Promover la fiabilidad y la actualización de datos del cliente ✓ Dar cuenta a su jerarquía y colegas ✓ Transmitir la información de manera correcta, por escrito como oralmente ✓ Elaborar y analizar planes de acción, estadísticas y documentos de seguimiento de los resultados
<p>Asistencia y fidelización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fidelizar al cliente ✓ Administrar las reclamaciones
<p>B to B (profesionales a profesionales)</p>	<p>El egresado DUT TC es capaz de:</p>
<p>Gestión de las relaciones comerciales inter-empresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer los presupuestos y acompañar la ejecución de la prestación ✓ Planificar las tareas y obras ✓ Fijar las condiciones particulares de los contratos

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar las cuentas de sus clientes y vigilar su evolución ✓ Gestionar una cartera de clientes ✓ Trabajar en estrecha colaboración con los suministradores ✓ Emplear sus bases firmes en transporte (incoterms, aranceles, seguros, modos de pago) ✓ Entender la función logística
<p>Realización de estudios Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reformular la demanda y pasarla a un pliego de condiciones operativo ✓ Dominar los diferentes tipos de encuestas ✓ Dominar las herramientas, software de tratamiento de encuestas ✓ Producir síntesis pertinentes a partir del análisis de las encuestas
<p>Negociación compras</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominar el entorno de la empresa, las características técnicas de los productos y el mercado ✓ Integrar las necesidades de los servicios referidos por los productos a comprar (cantidad, calidad) ✓ Garantizar la rentabilidad por el cálculo de costes de compra, de los márgenes ✓ Dominar las técnicas de compra y negociación

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prospectar y seleccionar a los suministradores ✓ Seguir la entrega y la facturación ✓ Integrar los procesos de calidad ✓ Resolver los litigios comerciales y financieros
B to C (profesionales a consumidores)	El egresado DUT TC es capaz de:
Distribución y venta a los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar un punto de venta y mantener su <i>merchandising</i> ✓ Elegir e implementar los medios de marketing directo ✓ Manejar una política de precios ✓ Establecer una política de gestión de existencias ✓ Respetar las reglas de protección del consumidor y la normativa de la competencia ✓ Elegir las redes de distribución ✓ Tomar en cuenta el carácter específico de la gran distribución y del comercio minorista ✓ Dirigir e implicar a un equipo
Comunicación comercial/ Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer un plan de medios para promover el producto ✓ Utilizar las técnicas del marketing directo, de elegir las herramientas adaptadas y realizarlas (<i>mailing, phoning, etc.</i>)

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Poner en práctica los planes de comunicación en relación con el blanco enfocado ✓ Utilizar los software de Publicación Asistida por Ordenador ✓ Respetar el derecho de la información, de la imagen y de los derechos de autor
<p>E- Comercio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominar los diferentes canales de distribución ✓ Elegir los canales más adaptados al producto y al servicio y favorecer el desarrollo del multicanal ✓ Aplicar las técnicas de venta en línea ✓ Utilizar las herramientas de marketing específicas a la comercialización por Internet de productos y servicios ✓ Utilizar las herramientas informáticas relacionadas con la concepción, la gestión de tiendas en línea ✓ Negociar con los actores de los diferentes canales ✓ Integrar los desarrollos de la comunicación en línea ✓ Integrar las condiciones logísticas ✓ Respetar la normativa relacionada con el comercio en línea y el uso de la informática (ficheros clientes, etc.,)

Comercio internacional/ Import-Export

- ✓ **Comunicar** en idiomas extranjeros en un contexto profesional
- ✓ **Integrar** la inter-culturalidad en la negociación
- ✓ **Entender** los mercados extranjeros (desde un punto de vista económico y geo político)
- ✓ **Comprender** las técnicas del comercio internacional
- ✓ **Tomar en cuenta** las modalidades del transporte (incoterms, aranceles, seguros, etc.)

Creación y reinicio de empresa

- ✓ **Analizar** las oportunidades del mercado
- ✓ **Seguir** el proceso del creador de empresa
- ✓ **Elegir** la estructura jurídica
- ✓ **Respetar** la normativa de su sector de actividad
- ✓ **Elaborar** el plan de negocios
- ✓ **Encontrar** financiación y socios
- ✓ **Establecer** el plan de comunicación y de comercialización
- ✓ **Lanzar** la actividad

3. Organización general de la formación

a. Descriptivo de la formación

La formación está organizada en 4 semestres, repartidos en Unidades de Enseñanza (UE) a razón de 2 o 3 UE por semestre.

Los trabajos dirigidos (TD) corresponden a grupos de 28 estudiantes, los trabajos prácticos (TP) corresponden a grupos de 14.

La transición Instituto -Instituto Universitario de Tecnología es esencialmente favorecida por las disposiciones siguientes:

- **Construcción de UE que constan a la vez de enseñanzas teóricas y de enseñanzas prácticas**
- **Módulos con coeficientes equivalentes**
- **Adquisición de las bases de la actividad comercial e introducción progresiva de las nociones más específicas**
- **Alternancia entre trabajos de grupos y trabajos individuales**

La carrera que conduce al Diploma Universitario de Tecnología se compone de una dominante, que garantiza el centro de competencia del DUT, y de módulos complementarios. Esos módulos complementarios están destinados a completar la carrera del estudiante, según desee una inserción profesional o una continuidad de estudios hacia otras formaciones de la enseñanza superior. Los módulos complementarios, sea cual sea la carrera cursada por el estudiante, forman parte integrante del diploma universitario de tecnología. Los módulos complementarios que apuntan a la inserción profesional inmediata quedan definidos en el programa.

Aquéllos destinados a favorecer la continuidad de estudios se le ofrecen al estudiante en el marco de la adaptación de su carrera en función de su proyecto personal y profesional. Elaborados por el IUT que se apoya en las preconizaciones de la comisión pedagógica nacional, presentan las mismas características en términos de volumen horario y de coeficiente que los módulos que apuntan a la inserción

inmediata y serán objeto de un anexo. La validación de las carreras de formación se efectúa por el control continuo en cada uno de los 4 semestres según las modalidades fijadas por la orden del 3 de agosto de 2005. El diploma obtenido es el DUT, diploma universitario de tecnología de nivel III, que da lugar a la atribución de 120 ECTS.

Los objetivos de los módulos y los métodos de evaluación deben ser anunciados a los estudiantes por el equipo pedagógico.

b. Tabla sintética de los módulos y de las UE por semestre

UE	Referencia Módulo	Nombre Módulo	ECTS	Total Coef UE	Volúmenes horarios			estudiante por UE
					CM	TD	TP	
SEMESTRE 1								
UE 11 Descubrir el entorno profesional	M1101	Organización de las empresas	2	14	12	15		209
	M1102	Bases del marketing	2		12	15		
	M1103	Conceptos y estrategias marketing	2		12	15		
	M1104	Economía general 1	2		12	15		
	M1105	Derecho principios generales	2		12	15		
	M1106	Proyecto Personal Profesional 1	1		5		20	
	M1107	Estudios e Investigaciones Comerciales 1	2		12	15		
	M1108	Actividades transversales 1	1				22	
UE 12 Identificar y comunicar	M1201	Psicología social de la comunicación	2	16	12	15		222
	M1202	Expresión comunicación cultura 1	2			15	12	
	M1203	Inglés : lengua de especialidad 1	2			15	15	

	M1204	Segundo idioma : lengua de especialidad 1	2			15	15				
	M1205	Tecnología de la Información y de la Comunicación 1	2			10	17				
	M1206	Negociación 1	2			10	17				
	M1207	Introducción a la contabilidad	2			12	15				
	M1208	Matemáticas y estadísticas aplicadas	2			12	15				
Total Semestre 1						30	30	1	2	1	4
								3	0	8	1

					Volúmenes horarios			
UE	Referencia Módulo	Nombre Módulo	ECTS	Total Coef UE	CM	TD	TP	estudiante por UE

SEMESTRE 2

UE21 Tratar de la información	M2101	Estadísticas aplicadas, probabilidades	1,5	9	12	15		162
	M2102	Tecnología de la Información y de la Comunicación 2	1,5			10	17	
	M2103	Entorno Internacional 1 : mercados internacionales	1,5		12	15		
	M2104	Distribución	1,5		12	15		
	M2105	Estudios e Investigaciones Comerciales 2	1,5		12	15		
	M2106	Derecho de los contratos y del consumo	1,5		12	15		

UE22 Actuar en los mercados	M2201	Contabilidad de gestión	1,5	10	12	15		188
	M2202	Marketing operacional	1,5		12	15		
	M2203	Comunicación comercial 1	1,5		12	15		
	M2204	Expresión comunicación cultura 2	1,5			15	12	
	M2205	Inglés : lengua de especialidad 2	1,5			15	15	
	M2206	Inglés : actividades transversales	1				20	
	M2207	Segundo idioma : lengua de	1,5			15	15	

UE32 Desarrollar sus resultados comerciales	M3201	Marketing del punto de venta	2	15	12	15		211
	M3202	Negociación 3	2				27	
	M3203	Comunicación comercial 2	2		12	15		
	M3204	Marketing directo/Gestión de la Relación al Cliente	2		12	15		
	M3205	Entorno internacional 2 : Enfoque de los mercados extranjeros e inteligencia económica	2		12	15		
	M3206	Logística	2		12	15		
	M3207 C	Economía general 2	2		12	15		
	M3208 C	Actividades transversales 2	1				22	

					1	1	1	4
Total semestre 3			30	30	1	9	2	2
					3	0	3	6

UE	Referencia Módulo	Nombre Módulo	ECTS	Total Coef UE	Volúmenes horarios			estudiante por UE
					CM	TD	TP	

SEMESTRE 4

UE41 Adaptarse a las evoluciones	M4101	Expresión comunicación cultura 4	1,5	9		15	12	168
	M4102	Inglés : lengua de especialidad 4	1,5			15	15	
	M4103	Segundo idioma: lengua de especialidad 4	1,5			15	15	
	M4104 C	Entorno internacional 3 : técnicas de comercio internacional	1,5		12	15		
	M4105	E-marketing	1,5		12	15		
	M4106	Derecho laboral	1,5		12	15		

UE42 Dominar las herramientas de gestión de empresas	M4201 C	Psicología social de las organizaciones	1,5	8	12	15		151
	M4202	Gestión del equipo comercial	1,5			15	12	
	M4203	Compra y calidad	1,5		12	15		
	M4204 C	Estrategia de empresa	1,5		12	15		

	M4205	Emprendimiento	1,5		5	10	12		
	M4206 C	Actividades transversales 3	0,5				16		
UE43 Afirmarse profesionalmente	M4301	Proyecto tutorado : puesta en situación profesional (180 h)	4	13					
	M4302	Prácticas profesionales 2 (8 semanas como mínimo)	9						
Total semestre 4						1	3		
					30	30	77	6	82
						0		1	9

TOTAL de los 4 semestres	120	120	404	735	481	1620
---------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------

Marco de los módulos soportes transversales	CM	TD	TP	Total
expresión comunicación		60	48	108
Inglés Idioma 1		60	80	140
PPP	10		60	70
volumen horario estudiante	10	180	128	318

c. Prácticas y proyectos tutorados

Las prácticas

Las prácticas en empresa u organización, de una duración de 10 semanas como mínimo, finalizan la profesionalización de la formación al DUT. Deben permitir la realización de misiones conformes con las competencias técnicas, tecnológicas y relacionales esperadas del diplomado.

El conjunto del desarrollo de prácticas, desde la búsqueda de la organización de acogida hasta la evaluación se realiza en el marco de un proceso tipo calidad que define sus responsabilidades y trámites, en materia de acogida, integración del estudiante en prácticas y seguimiento por los tutores.

Este proceso corresponde a un convenio tripartito entre el estudiante, el departamento de formación y la organización de acogida, conforme con la normativa.

La misión encargada al estudiante resultará de una concertación previa entre la organización de acogida y el departamento con el fin de medir su factibilidad e interés compartido por las tres partes.

Durante toda la duración de las prácticas, el estudiante es asesorado conjuntamente por un tutor profesor y un tutor de la organización de acogida.

La evaluación se hace sobre el trabajo efectuado en la empresa, el informe escrito y la presentación oral. La realiza conjuntamente un jurado mixto empresa/organización y departamento, sobre la base de una plantilla de criterios que permitan la evaluación de las competencias esperadas individualmente, extraídas del referencial de actividades y competencias del diploma.

El coeficiente global afectado a las prácticas es de 12.

Los proyectos tutorados

Los proyectos tutorados añaden una dimensión profesional a los conocimientos académicos, lo que implica promover el acompañamiento de los equipos « proyectos de estudiantes » por parte de profesionales en diferentes etapas de estos proyectos. La actividad de proyecto dirigido, de un volumen de 300 horas de trabajo para el estudiante en el conjunto de la formación tiene como objetivo desarrollar las aptitudes profesionales del futuro egresado, a saber:

- La puesta en práctica de saberes y saber hacer
- La experimentación de la transversalidad entre las disciplinas
- El aprendizaje y la puesta en práctica de la metodología de dirección de proyecto
- El desarrollo de competencias relacionales del estudiante
- Su evaluación está basada en una plantilla de criterios que permitan medir la implicación del estudiante en el grupo
- El coeficiente global de la actividad de proyecto tutorado es de 8 en el conjunto de la formación.

d. Proyecto personal y profesional (PPP)

El dispositivo PPP debe permitir al estudiante un trabajo de fondo con el objetivo de hacerse una idea precisa de los numerosos oficios de la especialidad y de lo que necesitan como conocimientos y competencias. Debe conducir al estudiante a cuestionar la adecuación entre sus deseos profesionales inmediatos y futuros, sus aspiraciones personales, sus ventajas y sus debilidades con el objetivo de concebir una carrera coherente con el o los oficios planteados.

Por fin, el PPP apunta a adquirir metodologías de orientación que el estudiante pueda volver a utilizar a lo largo de la vida. El estudiante debe ser el principal actor de su reflexión.

Debe realizar su proyecto a partir de experiencias construidas, vividas, capitalizadas y confrontadas con otras.

Las técnicas de inserción, de reconversión profesionales y cualquier forma pedagógica que apunta a la profesionalización de los estudiantes, pueden ser movilizadas con este motivo.

El coeficiente del Proyecto Personal y Profesional del estudiante es de 3 en el conjunto de la formación.

e. Orientación pedagógica: pedagogía por la tecnología

El tipo de pedagogía seleccionado es el de la metodología por proyecto. El volumen reservado por la Orden del 3 de agosto de 2005 a Aprender de otro modo permite al equipo pedagógico comprometerse en prácticas innovadoras centradas en el éxito del estudiante. La pedagogía por la tecnología favorece el aprendizaje y la adquisición de competencias. En este marco se pueden contemplar actividades con carácter transversal, actividades situacionales, trabajos sobre casos prácticos, simulaciones de gestión.

Estos trabajos asocian varios módulos, varios sectores, varios departamentos del IUT.

Así puesto en situación, el futuro egresado emplea lo mejor posible sus conocimientos y su saber-hacer, desarrollando al mismo tiempo sus dotes relacionales, factor clave de su integración en el entorno profesional así como de su capacidad a evolucionar y de su desarrollo personal y profesional. Será capaz de entender las apuestas y cambios actuales.

f. Toma en cuenta de las apuestas actuales de la economía

El programa pedagógico nacional del DUT procura integrar las apuestas actuales de la economía.

Algunas temáticas se tratan en módulos específicos y otras se integran en módulos disciplinarios. Algunos puntos son objeto de un enfoque particular:

Emprendimiento

Un módulo “emprendimiento” se propone en el cuarto semestre. El estudiante se ve concienciado sobre el espíritu emprendedor y el proceso metodológico de creación y traspaso de empresa.

Este módulo de síntesis es la oportunidad para el estudiante de reunir todos sus conocimientos en gestión sobre un proyecto de creación.

Normalización

Integrada en los módulos, la normalización participa de un proceso de resultado y de calidad global. El estudiante se ve concienciado sobre las normas nacionales e internacionales en los diferentes ámbitos de la gestión.

Inteligencia económica

Las actividades de vigilancia, de protección de la información y de influencia están integradas en el módulo “entorno internacional” del tercer semestre. Esta noción se prolongará en los módulos de marketing, economía, estrategia de empresa, derecho.

Desarrollo sostenible

En el conjunto de los módulos y la realización de sus proyectos dirigidos el estudiante se ve concienciado sobre las problemáticas de desarrollo sostenible de las empresas y organizaciones. Toma en cuenta las repercusiones de sus decisiones e identifica las apuestas estratégicas.

Salud y seguridad en el trabajo

Los temas de salud y seguridad en el trabajo están integrados en el módulo “psicología social de las organizaciones” y en el módulo “desarrollo de competencias relacionales”.

Dirección de proyecto

El estudiante recibe formación en técnicas de dirección de proyecto de las que utiliza los métodos y herramientas. Se le dedica un módulo relacionado con el proyecto tutorado del segundo semestre.

Las técnicas de dirección de proyecto se hallan puestas en práctica a lo largo de la formación en los proyectos tutorados, las actividades transversales, el Proyecto Personal y Profesional, las prácticas y la creación de empresa.

