

TALLERES DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso 2025 – 2026

(Talleres gratuitos dirigidos a estudiantes de 1º y 2º de Bachillerato)

Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo

Universidad de Alcalá

PRESENTACIÓN

Los **Talleres de Economía, Empresa y Turismo** que organiza la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo de la Universidad de Alcalá, están dirigidos a **alumnos de 1º y 2º de Bachillerato**. Los talleres son **gratuitos**, y tienen un contenido eminentemente práctico y didáctico en diferentes vertientes de la **Economía y la Empresa**.

El **objetivo principal** de estos talleres es **incentivar el estudio de estos temas** entre los estudiantes, permitiéndoles adquirir una **formación adicional** sobre la que ya reciben en sus centros. Además, los alumnos participantes podrán mejorar su preparación de cara a las pruebas de acceso a la universidad (PAU)



INSCRIPCIÓN

Las inscripciones en cada taller se realizan a través del **formulario de inscripción** que está en la convocatoria de los talleres en la página web de la Facultad o en el siguiente enlace:

INSCRIPCIÓN EN LOS TALLERES DE
ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO.
CURSO 2025 – 2026



<https://forms.office.com/e/2KBgYQRJ5Z>

La **inscripción debe realizarla un profesor** del centro de Secundaria donde el alumno esté matriculado. Debe rellenarse un formulario por cada alumno que desea inscribirse en los talleres.

La **fecha límite de inscripción** en los talleres finaliza el **14 de enero de 2026**.

El **número máximo de talleres en los que puede inscribirse un estudiante es de 3**

Los alumnos participantes en los talleres recibirán un **Diploma acreditativo de su participación**.

PROGRAMA CURSO 2025-26

Todos los talleres se realizan en la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo (FCEET) de la Universidad de Alcalá, en el Campus Histórico (Alcalá de Henares) o en el Campus de Guadalajara. El Taller 9 se realiza en la Escuela de Emprendimiento (CRAI-Biblioteca UAH)

Consulte en la información de cada taller en que Campus se impartirá.

Taller 1:	<i>Creatividad en eventos turísticos: crea, diseña y difunde</i>
<i>Fecha realización:</i>	Lunes, 19 de Enero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Guadalajara (Edificio Multidepartamental)
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	Laboratorio de Idiomas (2ª planta)
<i>Profesor:</i>	Dª Begoña Correas Olmedilla (Dpto. de Economía, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
En este taller las personas participantes podrán acercarse a la creación de un evento turístico y aprender qué aspectos son importantes para que sea un éxito. Además, se realizarán diseños de imagen: logo, cartelería, acreditaciones, etc. También, se utilizarán herramientas TIC para la creación de contenidos como folletos e incluso videos promocionales del evento que se realice entre los participantes. Se trata de acercar y adentrar a los participantes en el diseño de imagen, marca, recursos y contenido audiovisual de un evento turístico, mediante el uso de recursos TIC.	

Taller 2:	<i>Estrategias de posicionamiento para destacar en mercados altamente competitivos</i>
<i>Fecha realización:</i>	Miércoles, 21 de Enero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Alcalá
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	0.3A (Planta baja)
<i>Profesor:</i>	Dra. Azucena Penelas Leguía y Dr. José María López Sanz (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
En la actualidad, la dirección comercial toma decisiones en un mercado cada vez más competitivo en el que la innovación y la diferenciación es clave en las estrategias de posicionamiento de producto. En este Taller los alumnos tomarán el papel del director comercial que lanzará un nuevo producto considerado en un mercado altamente competitivo en el que tomarán decisiones en un nuevo producto compitiendo con 5 marcas reales. Definirán los 6 atributos o características claves que pueden influir en la decisión de compra del producto en el mercado. Seguidamente se realizará una simulación de un test de mercado real. Una vez obtenidos los resultados se utilizará un software donde se enseñará a analizar la información y a tomar decisiones de la manera más eficiente posible buscando la optimización de recursos y el éxito competitivo en el mercado.	

Taller 3:	<i>Estrategias de posicionamiento para destacar en mercados altamente competitivos</i>
<i>Fecha realización:</i>	Lunes, 26 de Enero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Alcalá
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	0.3A (Planta baja)
<i>Profesor:</i>	Dra. Estela Núñez Barriopedro y Dra. Cristina Loranca Valle (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas)
<i>Descripción del Taller:</i>	
En la actualidad, la dirección comercial toma decisiones en un mercado cada vez más competitivo en el que la innovación y la diferenciación es clave en las estrategias de posicionamiento de producto. En este Taller los alumnos tomarán el papel del director comercial que lanzará un nuevo producto considerado en un mercado altamente competitivo en el que tomarán decisiones en un nuevo producto compitiendo con 5 marcas reales. Definirán los 6 atributos o características claves que pueden influir en la decisión de compra del producto en el mercado. Seguidamente se realizará una simulación de un test de mercado real. Una vez obtenidos los resultados se utilizará un software donde se enseñará a analizar la información y a tomar decisiones de la manera más eficiente posible buscando la optimización de recursos y el éxito competitivo en el mercado.	

Taller 4:	<i>Marketing digital. Redes sociales como instrumento de comunicación y marketing</i>
<i>Fecha realización:</i>	Lunes, 2 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Guadalajara (Edificio Multidepartamental)
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	Sala de Juntas 2ª planta
<i>Profesor:</i>	Dra. Blanca García Henche (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
A lo largo de los últimos años se ha demostrado como las redes sociales (RR.SS) ayudan a los usuarios tanto a potenciar vínculos sociales existentes como a crear nuevos. El crecimiento de estas plataformas ha llevado a que estos entornos sociales pasen a utilizarse como una herramienta de marketing más por parte de las compañías, con el objetivo de aumentar el alcance a la hora de llegar al consumidor. Para que las empresas puedan aprovecharse de estos nuevos entornos, estas deben considerar una serie de cuestiones básicas. Entre las diez claves que las empresas deben tener en cuenta cuando comienzan a utilizar estos entornos dinámicos y sociales, destacan, publicar de forma regular, estar en las redes adecuadas o publicar contenido que sea verdaderamente relevante para las audiencias. El impacto de una gestión correcta en redes sociales influye directamente en la intención de compra del consumidor, especialmente en el caso de Instagram. Además, dado que los usuarios de las RR.SS aceptan que en este entorno haya opiniones personales tanto positivas como negativas, se convierten en las perfectas herramientas para conocer las experiencias de otros usuarios.	

Taller 5:	¿Cómo llevar a cabo un plan de marketing?
Fecha realización:	Jueves, 5 de Febrero de 2026
Lugar de celebración:	FCEET Campus de Alcalá
Horario:	17:00 a 20:00h.
Número de plazas:	35 cupo máximo
Aula	0.4 (Claustro. Planta baja)
Profesor:	Dr. Pedro Cuesta Valiño (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
Descripción del Taller:	
Se enseñará a los alumnos asistentes de manera práctica a conocer: - Qué es el marketing - Cómo se desarrolla un plan de marketing - Cuáles son las fases de un plan de marketing - Cómo analizar la situación interna y externa de la organización - Cómo determinar los objetivos a alcanzar - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de producto - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de precio - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de distribución - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de promoción - Cómo ejecutar el plan de marketing - Qué medidas correctoras llevar a cabo si no se cumplen los objetivos propuestos	

Taller 6:	Finanzas en Excel
<i>Fecha realización:</i>	Martes, 10 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Guadalajara (Edificio Multidepartamental)
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	Laboratorio de Idiomas (2ª planta)
<i>Profesor:</i>	Dª Beatriz Royo García (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Este taller tiene como objetivo suministrar a los alumnos elementos teóricos necesarios en materia de análisis y selección de inversiones y facilitar su aplicación práctica utilizando la hoja de cálculo Excel. De esta manera, se pretende fomentar la práctica en el análisis e interpretación financiera y el aprendizaje de la toma de decisiones fundamentales en conjunción con el uso de las TICs. El alumno podrá adquirir conciencia del potencial de las hojas de cálculo como herramienta de gestión y para la valoración de proyectos de inversión y financiación. El taller se estructura como sigue: 1. Definición de inversión y elementos que intervienen. 2. Criterios estáticos de selección de inversiones (Payback). Aplicaciones en Excel. 3. Criterios dinámicos de selección de inversiones (VAN, TIR). Aplicaciones en Excel. 4. Comparación entre criterios. Aplicaciones en Excel.	

Taller 7:	¿Cómo llevar a cabo un plan de marketing?
<i>Fecha realización:</i>	Jueves, 12 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Alcalá
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	0.4 (Claustro. Planta baja)
<i>Profesor:</i>	Dr. Pedro Cuesta Valiño (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Se enseñará a los alumnos asistentes de manera práctica a conocer: - Qué es el marketing - Cómo se desarrolla un plan de marketing - Cuáles son las fases de un plan de marketing - Cómo analizar la situación interna y externa de la organización - Cómo determinar los objetivos a alcanzar - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de producto - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de precio - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de distribución - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de promoción - Cómo ejecutar el plan de marketing - Qué medidas correctoras llevar a cabo si no se cumplen los objetivos propuestos	

Taller 8:	<i>Marketing digital. Redes sociales como instrumento de comunicación y marketing</i>
<i>Fecha realización:</i>	Lunes, 16 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Guadalajara (Edificio Multidepartamental)
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	Sala de Juntas 2ª planta
<i>Profesor:</i>	Dra. Blanca García Henche (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
A lo largo de los últimos años se ha demostrado como las redes sociales (RR.SS) ayudan a los usuarios tanto a potenciar vínculos sociales existentes como a crear nuevos. El crecimiento de estas plataformas ha llevado a que estos entornos sociales pasen a utilizarse como una herramienta de marketing más por parte de las compañías, con el objetivo de aumentar el alcance a la hora de llegar al consumidor. Para que las empresas puedan aprovecharse de estos nuevos entornos, estas deben considerar una serie de cuestiones básicas. Entre las diez claves que las empresas deben tener en cuenta cuando comienzan a utilizar estos entornos dinámicos y sociales, destacan, publicar de forma regular, estar en las redes adecuadas o publicar contenido que sea verdaderamente relevante para las audiencias. El impacto de una gestión correcta en redes sociales influye directamente en la intención de compra del consumidor, especialmente en el caso de Instagram. Además, dado que los usuarios de las RR.SS aceptan que en este entorno haya opiniones personales tanto positivas como negativas, se convierten en las perfectas herramientas para conocer las experiencias de otros usuarios.	

Taller 9:	<i>¿Eres Creativo? Think outside the box</i>
<i>Fecha realización:</i>	Miércoles, 18 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	Escuela de Emprendimiento UAH
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h. (*)
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	CRAI / Biblioteca UAH . 4ª planta
<i>Profesor:</i>	Dr. Fernando J. Crecente Romero (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Con el taller sobre Design Thinkig se proporcionan herramientas necesarias para fomentar la innovación y la creatividad de los asistentes a través de la gamificación. Entre los retos y ejercicios que se proponen se utilizarán técnicas que ayudan a parahablar en público (Elevator Pitch), técnicas de pensamiento grupal (Brainstorming) y herramientas para definir ideas (Storytelling). Con estas técnicas los alumnos pueden mejorar las presentaciones orales que tengan que realizar en clase al mismo tiempo que adquieren habilidades para trabajar en equipos y refuerzan el concepto de empatía.	

(*) Este taller se realiza en la Escuela de Emprendimiento de la Universidad de Alcalá, qué esta situada en la 4º planta del CRAI-Biblioteca UAH (Edificio Cisneros. Plaza de San Diego. Alcalá de Henares (Madrid))

Taller 10:	<i>Práctica financiera: el dinero, formas de presentación y cálculo del valor presente y futuro</i>
<i>Fecha realización:</i>	Martes, 24 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Guadalajara (Edificio Multidepartamental)
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	Laboratorio de Idiomas (2ª planta)
<i>Profesor:</i>	Dª Beatriz Royo García (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Este taller tiene el objetivo aproximar a los alumnos al conocimiento del origen del dinero como herramienta para el intercambio de bienes, su valor simbólico, su origen, su utilización como referente y la importancia de su buen uso. En el taller, los alumnos reflexionarán sobre de los conceptos relacionados con la valoración financiera, en especial capitalización del dinero, el descuento y la relación de éste con los tipos de interés, así como el planteamiento de una metodología de valoración y análisis de las operaciones financieras que con este instrumento se pueden realizar. Se incidirá en la importancia de su optimización y de la trascendencia de una buena formación sobre el mismo, relacionando el taller con varias asignaturas impartidas en la UAH, especialmente en los grados de Economía y Administración y Dirección de Empresas. En síntesis, el taller se estructurará de acuerdo con los siguientes epígrafes: 1. El concepto del dinero. 2. Formas de dinero: ¿Cuántas formas de dinero conoces? 3. El valor del dinero hoy y en el futuro: Aprende a planificarte. 4. Los intereses. 4.1. Interés simple: Ejemplos prácticos. 4.2. Interés compuesto: Ejemplos prácticos. 5. La inflación: ¿Por qué los productos suben de precio?	

Taller 11:	¿Cómo llevar a cabo un plan de marketing?
<i>Fecha realización:</i>	Jueves, 26 de Febrero de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Alcalá
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h.
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	0.4 (Claustro. Planta baja)
<i>Profesor:</i>	Dr. Pedro Cuesta Valiño (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Se enseñará a los alumnos asistentes de manera práctica a conocer: - Qué es el marketing - Cómo se desarrolla un plan de marketing - Cuáles son las fases de un plan de marketing - Cómo analizar la situación interna y externa de la organización - Cómo determinar los objetivos a alcanzar - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de producto - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de precio - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de distribución - Cómo tomar decisiones sobre las estrategias de promoción - Cómo ejecutar el plan de marketing - Qué medidas correctoras llevar a cabo si no se cumplen los objetivos propuestos	

Taller 12:	<i>¿Para qué sirven los impuestos? Imaginemos un país sin impuestos</i>
<i>Fecha realización:</i>	Miércoles, 4 de Marzo de 2026
<i>Lugar de celebración:</i>	FCEET Campus de Alcalá
<i>Horario:</i>	17:00 a 20:00h
<i>Número de plazas:</i>	35 cupo máximo
<i>Aula</i>	0.3A (Planta baja)
<i>Profesor:</i>	Dra. Isabel Encabo Rodríguez (Dpto. de Economía y Dirección de Empresas, UAH)
<i>Descripción del Taller:</i>	
Los impuestos suponen un pago coactivo que desagrade a la sociedad. Por ello son objeto de críticas frecuentes y de la incompreensión que lleva a la población a la pregunta clave: ¿para qué sirven los impuestos? Sin embargo, esa misma sociedad que se enfrenta a ellos con desagrado, en su vida cotidiana hace uso de todos los servicios públicos que le ofrece el Estado sin cuestionarse cómo se financian. En este taller se realiza una propuesta muy concreta: explicar y proporcionar datos concretos que muestren en qué se gastan los impuestos que pagamos. Además, para poder comprender mejor la relación entre los servicios públicos y los impuestos, imaginaremos cómo sería el día a día en una sociedad sin impuestos o con muy bajos impuestos. Cómo sería el día a día de todos los miembros de la población. Estos dos escenarios nos proporcionarán el conocimiento suficiente para decidir en qué tipo de sociedad nos gustaría vivir.	

LOCALIZACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y TURISMO. UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

CAMPUS ALCALÁ CAMPUS HISTÓRICO

Plaza de la Victoria, 2

28802 Alcalá de Henares (Madrid). ESPAÑA

Tlf. Decanato: 91 885 4205 / 4251

Correo electrónico: decanato.ciemp@uah.es

Autobuses interurbanos desde Madrid: Líneas 223 y 229. Salida desde el Intercambiador de Avda. América.

Cercanías RENFE: La estación "Alcalá de Henares" se encuentra a 15 minutos a pie de la Facultad. El tiempo estimado desde la estación de Atocha, en Madrid, es de 35 minutos.

En coche: A2, salida 23 (Loeches-Alcalá de Henares M-300).

Google Maps <https://goo.gl/maps/TcY9odx3AUM2>

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y TURISMO. UNIVERSIDAD DE ALCALÁ

CAMPUS GUADALAJARA

Edificio Multidepartamental

C/ Cifuentes, 28

19003 Guadalajara. ESPAÑA

Teléf. Decanato: 949 20 96 14 / 08

Correo electrónico: decanatocceet.guada@uah.es

Autobuses interurbanos desde Madrid: Línea 221. Salida del Intercambiador de Avda. América.

Desde Alcalá de Henares: Línea 221A

Cercanías RENFE: El tiempo estimado desde la estación de Atocha, en Madrid, es de 55 minutos.

En coche: A2, salida Guadalajara - Centro ciudad.

Google Maps <https://goo.gl/maps/brnYhhExHG32>