

## Extracto de la Memoria de Verificación

### COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG1 - CG1 Innovación: Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando o introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados
CG2 - CG2 Adaptación al entorno: Afrontar situaciones críticas del entorno psicosocial, manteniendo un estado de bienestar y equilibrio físico y mental que permite a la persona seguir actuando con efectividad.
CG3 - CG3 Pensamiento práctico: Seleccionar el curso de acción más apropiado, atendiendo a la información disponible, y establecer el proceso a seguir para alcanzar los objetivos con eficacia y eficiencia.
CG4 - CG4 Resolución de problemas: Identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva.
CG5 - CG5 Pensamiento sistémico: Organizar e integrar componentes interrelacionados para formar un todo.
CG6 - CG6 Pensamiento crítico: Cuestionar las cosas e interesarse por los fundamentos en los que se asientan las ideas, acciones y juicios, tanto propios como ajenos.
CG7 - CG7 Pensamiento analítico: Distinguir y separar las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos.
CG8 - CG8 Sentido ético: Inclinarsé positivamente hacia el bien moral de uno mismo o de los demás y perseverar en dicho bien moral.
CG9 - CG9 Comunicación verbal: Expresar con claridad y oportunidad las ideas, conocimientos y sentimientos propios a través de la palabra adaptándose a las características de la situación y a la audiencia para lograr su comprensión y adhesión.
CG10 - CG10 Comunicación escrita: Relacionarse eficazmente con otras personas a través de la expresión clara de lo que se piensa y/o siente mediante la escritura o medios gráficos.
CG11 - CG11 Comunicación interpersonal: Relacionarse positivamente con otras personas a través de la escucha empática y a través de la expresión clara y asertiva de lo que se piensa y/o siente, por medios verbales y no verbales.
CG12 - CG12 Orientación al aprendizaje: Utilizar el aprendizaje de manera estratégica y flexible en función del objetivo perseguido, a partir del reconocimiento del propio sistema de aprendizaje y de la conciencia del aprendizaje mismo (relacionando la nueva información con los esquemas mentales previos y la utilización del nuevo esquema mental generado).
CG13 - CG13 Trabajo en equipo: Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones.
CG14 - CG14 Orientación al logro: Realizar actuaciones que llevan a conseguir nuevos resultados con éxito.
CG15 - CG15 Diversidad e interculturalidad: Comprender y aceptar la diversidad social y cultural como un componente enriquecedor personal y colectivo para desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en discriminación por sexo, edad, religión, condición social, política y/o étnica.
CG16 - CG16 Comunicación en lenguas extranjeras: Entender y hacerse entender de manera verbal y escrita usando una lengua diferente a la propia.

CG17 - CG17 Espíritu emprendedor: Realizar proyectos por iniciativa propia, comprometiendo determinados recursos con el fin de explorar una oportunidad, y asumiendo el riesgo que ello acarrea
CG18 - CG18 Gestión de proyectos: Preparar, dirigir, evaluar y hacer seguimiento de un trabajo complejo de manera eficaz, desarrollando una idea hasta concretarla en servicio o producto
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
MC 1.1 - MC 1.1 Valorar el impacto en los resultados empresariales de los cambios efectuados en las políticas económicas (fiscal, monetaria, industrial, etc.) en el entorno socioeconómico europeo actual.
MC 1.2 - MC 1.2 Identificar las normas jurídicas que afectan a las decisiones empresariales, con especial mención al Derecho europeo, e interpretar los conceptos y el marco jurídico en que se encuentra inmersa la empresa.
MC 1.3 - MC 1.3 Conocer en profundidad y entender las magnitudes económicas, así como evaluar el impacto de la evolución de la coyuntura económica local, europea e internacional en las decisiones empresariales, adquiriendo una perspectiva crítica y plural.
MC 1.4 - MC 1.4 : Analizar el potencial económico de otras áreas geográficas como oportunidad de negocio para una empresa.
MC 1.5 - MC 1.5 Entender y gestionar la complejidad del entorno socio-económico en la toma de decisiones empresariales a la hora de desarrollar ideas/proyectos de negocio en un contexto globalizado.
MC 1.6 - MC 1.6 Conocer en profundidad y entender el marco regulador de la competencia a nivel europeo, sabiendo adaptar las decisiones empresariales a esta normativa.
MC 1.7 - MC 1.7 Incorporar la responsabilidad social a la actividad económica empresarial, analizando cómo sus decisiones afectan a diversos colectivos y aplicando una aproximación ética y responsable a la gestión.
MC 1.8 - MC 1.8 Conocer la normativa que regula la relación entre trabajadores y empresa a nivel europeo, conociendo las diferencias en materia de derecho laboral que pueden existir entre países europeos y con respecto a otras áreas geográficas
MC2.1 - MC 2.1 Definir y organizar el equipo de colaboradores, identificando sus necesidades de formación y desarrollo con objeto de integrarlos dentro de la cultura y estrategia de la organización y lograr su satisfacción e implicación con la misma.
MC 2.2 - MC 2.2 Gestionar y liderar eficientemente equipos heterogéneos de personas, siendo capaz de negociar y resolver las diferencias que surgen entre personas y/o grupos en cualquier tipo de organización (incluyendo multinacionales) así como motivar y liderarles, influyendo sobre las personas y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.
MC 2.3 - MC 2.3 Decidir el modo de implantación de la gestión empresarial, estableciendo la organización y los sistemas de dirección más adecuados para cada fase de aplicación de la misma.
MC 2.4 - MC 2.4 Gestionar adecuadamente el cambio organizativo, identificando, ponderando y priorizando las variables afectadas, y diseñando planes de acción que garanticen el cumplimiento del objetivo previsto.
MC 2.5 - MC 2.5 Saber aplicar y desarrollar las fases de un proyecto, presupuestación, planificación y seguimiento, y la forma de abordarlas para conseguir su realización de forma estructurada y eficiente, utilizando las herramientas necesarias y el soporte documental imprescindible para la correcta gestión del proyecto.
MC 3.1 - MC 3.1 Enfocar un negocio desde el punto de vista del marketing, incluyendo el marketing interno, el marketing social y el marketing holístico.
MC 3.2 - MC 3.2 Identificar las necesidades de información interna y externa para la toma de decisiones de marketing
MC 3.3 - MC 3.3 Identificar los elementos imprescindibles del marketing integrado de empresas fabricantes, comerciales y de servicios, detectando los posibles errores de coordinación entre ellos.
MC 3.4 - MC 3.4 Analizar las variables de entorno que impactan en la gestión de marketing, con especial atención al marketing internacional
MC 3.5 - MC 3.5 Aplicar los modelos existentes de conducta del cliente, tanto particular como organizacional, considerando las diferencias culturales entre clientes de distintos países o entornos.
MC 3.6 - MC 3.6 Aplicar técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo para obtener información a partir de los datos del mercado, así como para evaluar y seleccionar oportunidades de mercado
MC 3.7 - MC 3.7 Definir las estrategias de marketing adecuadas, tanto en cuanto a la cartera de productos y mercados, como a la elección de públicos objetivos y posicionamiento.

MC 3.8 - MC 3.8 Establecer las políticas de producto, marcas y precio, coherente con el posicionamiento elegido en el mercado nacional e internacional.
MC 3.9 - MC 3.9 Establecer la política de distribución y de ventas, seleccionando los canales adecuados a diferentes situaciones y organizando eficientemente la red comercial y la distribución física de los productos.
MC 3.10 - MC 3.10 Coordinar la política de comunicación para cada situación de mercado (sector, público objetivo, herramientas y recursos disponibles, etc.)
MC 3.11 - MC 3.11 Coordinar la gestión de producto, precio, comunicación y distribución en el ámbito internacional, incluyendo la estrategia de exportación.
MC 3.13 - MC 3.13 Establecer un sistema de control de la ejecución de las actividades de marketing y comerciales.
MC 3.14 - MC 3.14 : Evaluar la función de compras de la organización y analizar su impacto sobre los resultados, identificando y manejando adecuadamente los métodos y herramientas de la función de compras para incrementar su aportación de valor a la organización.
MC 4.1 - MC 4.1 Colaborar en el diseño de los sistemas de información y de control financiero que permitan elaborar e interpretar la información financiera relevante en empresas nacionales e internacionales.
MC 4.2 - MC 4.2 Elaborar, interpretar y analizar los estados financieros de una empresa o grupos de empresas, utilizando normas de general aceptación internacional y analizando diferencias entre la información contable disponible en distintos países.
MC 4.3 - MC 4.3 Aplicar diferentes técnicas (descuento de flujos, comparables, últimas transacciones <sub>i</sub> ), en la valoración de activos y empresas nacionales e internacionales, identificando aquellas más apropiadas para cada situación.
MC 4.4 - MC 4.4 Identificar las variables clave que determinan el valor de proyectos de inversión, activos y empresas (nacionales e internacionales) en el largo plazo, y estimar su comportamiento futuro.
MC 4.5 - MC 4.5 Conocer en profundidad el sistema financiero en sus distintos niveles (nacional, europeo e internacional) e interpretar el rol de los diferentes mercados, instituciones e instrumentos que lo componen.
MC 4.7 - MC 4.7 Definir y llevar a cabo la política de financiación y dividendos más idónea para la empresa valorando adecuadamente las alternativas que mercados e intermediarios financieros posibilitan, y considerando el impacto fiscal de las decisiones financieras.
MC 4.8 - MC 4.8 Valorar los riesgos financieros de operaciones comerciales y financieras conociendo las herramientas que para su gestión ofrecen los mercados financieros, con especial consideración a la internacionalización de los negocios.
MC 5.2 - MC 5.2 Proponer cambios en la estrategia de la empresa internacionalizada, con el fin de maximizar la utilidad de los partícipes sociales, en respuesta a los diferentes entornos socioeconómicos propios de cada ámbito geográfico.
MC 5.3 - MC 5.3 Definir la estrategia corporativa, identificando oportunidades de crecimiento en el mercado nacional e internacional, evaluar su potencial y estimar los recursos y capacidades precisos.
MC 5.4 - MC 5.4 Detectar las distintas fuentes de ventaja competitiva de la empresa y analizar los factores de competitividad en la misma.
MC 5.5 - MC 5.5 Analizar el nivel de internacionalización idóneo para la empresa, decidiendo cómo llevar a la práctica la estrategia en un contexto global.
MC 5.6 - MC 5.6 Analizar las sinergias posibles entre los negocios actuales y los nuevos pretendidos en la estrategia
MC 6.1 - MC 6.1 Comunicar eficazmente las decisiones de gestión a los colaboradores (compañeros, clientes, proveedores, socios <sub>i</sub> ) en diferentes idiomas, atendiendo a las diferencias culturales que existan.
MC 6.2 - MC 6.2 Comprender la diversidad cultural e interpretar la realidad económica y empresarial de otros países con el fin de obtener ejemplos útiles para el desarrollo de organizaciones o ideas de negocio.