

Mapa de Competencias Básicas, Generales y Transversales

MATERIA	COMPETENCIAS BÁSICAS					COMPETENCIAS GENERALES				COMPETENCIAS TRANSVERSALES								
	CB 1	CB2	CB3	CB4	CB5	CG1	CG2	CG3	CG4	CT1	CT2	CT3	CT4	CT5	CT6	CT7	CT8	CT9
Teoría Económica		X																
Economía pública		X	X															
Economía aplicada		X	X	X	X													
Contabilidad		X	X	X														
Marketing	X	X	X	X	X	X	X	X										
Comercialización	X	X	X	X	X	X		X										
Distribución	X		X															
Estudios de mercado	X	X	X	X	X													
Comunicación		X	X	X		X		X	X									
Gestión y dirección de empresas	X	X	X						X									
Matemática aplicada	X				X	X												
Estadística descriptiva	X	X	X			X	X											
Inferencia estadística		X	X			X	X											
Estadística predictiva y multivariante		X	X		X	X	X											
Derecho de la Empresa	X	X		X														
Humanidades										X	X	X	X	X	X	X		
Optativas	X	X	X		X	X	X											
Prácticas Externas		X	X			X												
Trabajo fin de grado	X	X	X	X	X	X												
Idioma		X		X													X	X
It. Comunicación digital	X	X	X	X														
It. Dirección de Empresas		X	X			X	X											
It. Especialización en Marketing		X	X	X		X	X											
It. Inteligencia de Negocios	X	X	X	X		X	X	X										
It. Publicidad y RR.PP.	X	X	X															

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1	<p>Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.</p> <p>That students have shown that they possess and understand knowledge in an area of study based on general secondary education, and usually reach a level which, although supported by advanced text books, includes aspects of knowledge stemming from the vanguard of their field of study.</p>
CB2	<p>Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</p> <p>That students are able to apply their knowledge to their work or vocational training in a professional manner and that they possess the skills that are usually shown by way of elaborating and defending arguments and resolving problems within their area of study.</p>
CB3	<p>Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes dentro de su área de estudio para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes.</p> <p>That students have the capacity to gather and interpret relevant data (normally within their area of study) to make judgements which take into consideration relevant social, scientific or ethical themes.</p>
CB4	<p>Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>That students are able to transmit information, ideas, problems and solutions both to a specialised and non-specialised audience.</p>
CB5	<p>Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p> <p>That students have developed the learning capacity required to undertake subsequent study with a high degree of autonomy.</p>

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1	Comprender los fundamentos básicos de los modelos proporcionados por la teoría económica para el análisis de problemas económicos. Understanding the basic principles of models established by economic theory for the purpose of analyzing economic problems.
CE2	Aplicar la técnica contable para registrar las operaciones realizadas por la empresa a lo largo de su ciclo económico. Applying accounting theory to record the transactions carried out by the business throughout its economic cycle.
CE3	Cuantificar y valorar el impacto fiscal de las decisiones económicas y proponer aquellas actuaciones que resulten más favorables desde una perspectiva tributaria. Quantifying and assessing the tax impact of economic decisions and proposing the most appropriate measures from a tax perspective.
CE4	Comprender los factores que influyen sobre el canal de distribución para el desarrollo de la gestión de ventas. Understanding factors that influence the distribution channel for the development of sales management
CE5	Diseñar políticas de marketing y comerciales, referidas a producto, precios, distribución y comunicación basados en la comprensión del comportamiento del consumidor, las acciones de competidores y la estrategia corporativa. Devising marketing and commercial policies relating to products, prices, distribution and communication based on an understanding of consumer behaviour, the actions of competitors and the corporate strategy.
CE6	Ser capaz de utilizar herramientas informáticas, propias del área de marketing de una empresa, para extraer datos, que sirvan como base para el desarrollo estrategias de Marketing. Being able to manage computer tools, mostly used in the marketing area of a company, to extract data, which serve as a basis for the development of marketing strategies.
CE7	Identificar y analizar los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores para su uso en el diseño de la política de marketing. Identifying and analyzing factors influencing consumer behavior for use in the design of marketing policy
CE8	Planificar la comunicación en diferentes contextos, tanto individuales como organizacionales, para llegar a los públicos objetivo de forma efectiva. Planning communication in different contexts, both individual and organizational, to reach target audiences effectively.
CE9	Conocer las variables de gestión de carteras de productos y marcas para el posicionamiento de éstos. Identifying variables of product portfolio and brand management for the positioning of these.
CE10	Identificar la Ética y la Responsabilidad Social en las empresas como elemento diferenciador y clave en la toma de decisiones en todas las áreas funcionales de una organización empresarial para garantizar un desarrollo responsable de la actividad empresarial. Identifying Ethics and Social Responsibility in companies as a differentiating and key element in decision-making in all functional areas of a business organization to ensure a responsible development of business activity.
CE11	Tener la capacidad para realizar un análisis de datos y su interpretación y extrapolación a la realidad empresarial concreta para la mejor toma de decisiones. Performing data analysis and its interpretation and extrapolation to the concrete business reality for better decision making.
CE12	Saber utilizar software estadístico adecuado para el tratamiento y análisis de datos. Knowing how to use appropriate statistical software for data processing and analysis.
CE13	Conocer y emplear técnicas estadísticas y/o econométricas que permitan la modelización y el análisis de los mercados. Knowing and using statistical and/or econometric techniques that allow modelling and analysis of markets.
CE14	Aplicar los principales métodos de desarrollo de innovaciones en el ámbito empresarial desde criterios de calidad. Applying the principal innovation development methods to the business sector based on quality criteria.
CE15	Ser capaz de distinguir el cometido que tienen cada una de las principales áreas funcionales de una empresa, aprovisionamiento, producción, financiación y comercialización, con el fin de planificar, en términos funcionales, la correcta organización de una empresa. Be able to distinguish the role of each of the main functional areas of a company, procurement, production, finance and marketing, in order to plan, in functional terms, the proper organization of a company.
CE16	Dominar las metodologías de diseño y ejecución de proyectos de emprendimiento empresarial para el desarrollo de nuevos negocios. Mastering the methodologies of design and implementation of entrepreneurial projects for the development of new businesses.
CE17	Comprender el conjunto de normas jurídico-privadas que regulan la actividad empresarial y las relaciones mercantiles. Understanding the set of legal-private rules that regulate business activity and commercial relations.
CE18	Aplicar los conocimientos y competencias adquiridos en las aulas en el desempeño de la actividad profesional como transición de los estudiantes al mercado laboral. Applying classroom-acquired knowledge and skills to the performance of professional activity as a form of transitioning to the labour market.
CE19	Diseñar la planificación a nivel global o por áreas funcionales de la empresa. Designing the plan of a company at a global level or by functional areas.
CE20	Entender, elegir y aplicar las estrategias de marketing más adecuadas para el logro de los objetivos empresariales Understanding, choosing and implementing the most appropriate marketing strategies to achieve business goals
CE21	Tener la capacidad para elaborar, exponer y defender un trabajo proyecto-original, que integre y sintetice las competencias adquiridas en el Grado Having the ability to develop, present and defend an original work, which integrates and synthesizes the skills acquired in the degree

Mapa de Competencias de Itinerario

	Comunicación Digital	Dirección de Empresas	Inteligencia de los negocios	Marketing	Publicidad y RRPP
CI1	X				
CI2	X				
CI3		X			
CI4		X			
CI5		X			
CI6		X			
CI7				X	
CI8				X	
CI9			X		
CI10			X		
CI11			X		
CI12			X		
CI13			X		
CI14					X
CI15					X
CI16				X	

COMPETENCIAS DE ITINERARIO

Comunicación Digital	CI1	Comprender las necesidades y motivaciones del usuario en entornos digitales y adquirir las bases para el análisis, diseño, implementación y evaluación de una plataforma digital. Understanding user needs and motivations in digital environments and acquiring the basis for analysis, design, implementation and evaluation of a digital platform.
	CI2	Producir y gestionar la imagen y los contenidos informativos de las instituciones, medios y empresas. Producing and managing the image and information content of institutions, media and companies.
Dirección de Empresas	CI3	Desarrollar en mayor detalle las actividades llevadas a cabo en las diversas áreas funcionales de la empresa para la elaboración de planes estratégicos concretos. Developing in greater detail the activities carried out in the various functional areas of the company for the preparation of specific strategic plans.
	CI4	Aplicar los principales métodos de desarrollo de innovaciones en el ámbito empresarial desde criterios de calidad para el diseño de políticas empresariales de innovación. Applying the main methods for the development of innovations in the business field from quality criteria for the design of business innovation policies.
	CI5	Manejar e interpretar datos para extraer información destacada, accediendo y empleando diferentes fuentes de información para la posterior toma de decisiones. Managing and interpreting data to extract prominent information, by accessing and using various sources of information for subsequent decision-making processes.
Marketing	CI6	Emitir informes relevantes sobre situaciones concretas de la empresa, el entorno y los mercados. Issuing relevant reports about specific situations in the company, the environment and markets.
	CI7	Desarrollar capacidades de diseño de planes de comunicación corporativa para el uso efectivo de esta herramienta frente a grupos de interés internos y externos. Developing capacities to design corporate communication plans for the effective use of this tool with internal and external stakeholders.
	CI8	Comprender y aplicar, desde una perspectiva cualitativa, los diferentes modelos de decisión de compra del consumidor. Understanding and applying the different models of consumer purchasing decisions from a qualitative perspective.
Inteligencia de Negocios	CI16	Desarrollar la capacidad de diseñar planes de marketing para su aplicación en los diferentes sectores de la economía. Developing the capacity to design marketing plans for their application in different sectors of the economy.
	CI9	Comprender y evaluar las posibilidades de análisis que ofrece el ámbito digital como base para el desarrollo de las políticas de Marketing. Understanding and assessing the analysis options afforded by the digital environment as a basis for developing marketing policies.
	CI10	Conocer y utilizar los sistemas de ayuda a la decisión y la búsqueda de relaciones entre variables y la realización de predicciones. Knowing and using systems assisting decision-making and the identification of relations between variables and the delivery of predictions.
	CI11	Conocer la estructura, organización, funcionamiento e interconexión de los sistemas informáticos. Knowing the structure, organisation, functioning and interconnection of IT systems.

	CI12	Diseñar, implementar y administrar sistemas de información. Devising, implementing and administering IT systems.
	CI13	Conocer, comprender y evaluar las tendencias en el mercado de la economía digital, así como estimar su impacto en el desarrollo social y/o económico y/o cultural. Knowing, understanding and assessing digital economy market trends and estimating their impact on social and/or economic and/or cultural development.
Publicidad y Relaciones Públicas	CI14	Iniciar desarrollar y ejecutar trabajos creativos de forma independiente dentro de una estrategia publicitaria. Introduction to developing and carrying out creative projects in an independent fashion as part of a marketing strategy.
	CI15	Resolver problemas de comunicación corporativa y comercial de forma estratégica y planificada en cualquier contexto y sector. Resolving corporate and commercial communication problems in a strategic and planned fashion in any context and sector.