

CONOCIMIENTOS

C1- Conocer y analizar los fundamentos teóricos que permitan desarrollar y/o aplicar ideas originales en contextos empresariales o de investigación.

C2-Analizar los conocimientos de áreas funcionales y entornos empresariales con información incompleta para tomar decisiones estratégicas en situaciones complejas y multidisciplinarias.

C3-Conocer y aplicar técnicas, instrumentos y métodos de gestión empresarial esenciales para la práctica profesional en diferentes contextos.

C4-Profundizar en el conocimiento de la dirección empresarial y las particularidades de las distintas áreas funcionales de la organización..

C5-Comprender y relacionar los factores y dimensiones clave de la empresa a nivel funcional, identificando las interacciones entre las áreas de gestión y el sistema administrativo.

C6-Conocer y explicar técnicas para el seguimiento de objetivos empresariales, así como la gestión de desviaciones estratégicas.

C7-Comprender y analizar el impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión y competitividad empresarial.

C8- Reconocer los elementos diferenciales en la gestión de empresas que operan en entornos dinámicos y en rápida evolución debido a cambios tecnológicos.

C9- Comprender y analizar el objetivo del marketing en las organizaciones, estudiando el comportamiento del consumidor para elaborar Planes Integrales de Marketing. Conocimientos o contenidos

C10- Conocer y explicar los principios de la dirección por procesos, diferenciando entre una organización funcional y una basada en procesos.

COMPETENCIAS

CO1-Desarrollar las diferentes técnicas de expresión verbal y escrita, para estructurar ideas de manera lógica y coherente, adaptando el contenido a las características y necesidades de diversas audiencias.

CO2-Desarrollar estrategias y tomar decisiones en entornos empresariales, considerando la evolución tecnológica, las tendencias del mercado y los riesgos asociados a la gestión empresarial

CO3-Generar dinámicas de trabajo en equipo, que favorezcan la integración de perspectivas multidisciplinarias y la cohesión en la consecución de objetivos estratégicos dentro de la organización.CO4-Capacidad para elaborar, presentar

y defender proyectos que reflejen la integración de conocimientos y competencias adquiridas a lo largo de la formación.

CO4-Establecer principios éticos y de responsabilidad social en la dirección y gestión de empresas, que permitan evaluar el impacto de las decisiones corporativas en la sostenibilidad.

CO5-Capacidad para diseñar, elaborar y defender un proyecto original que integre y aplique los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas a lo largo del programa de estudios, demostrando capacidad de síntesis y rigor académico.

HABILIDADES

H1-Aplicar herramientas de análisis estratégico para confeccionar e implementar estrategias empresariales orientadas a la obtención de ventajas competitivas.

H2-Utilizar los conocimientos adquiridos para experimentar y resolver problemas en contextos empresariales nuevos o multidisciplinares.

H3- Observar, analizar y valorar la influencia de las variables del entorno en la gestión empresarial y en la consecución de los objetivos organizativos..

H4- Planificar y realizar actividades de prospectiva tecnológica para optimizar la gestión de los fondos autogenerados.

H5- Elaborar, planificar e implementar estrategias corporativas a nivel directivo para la mejora del desempeño organizacional.

H6-Analizar y aplicar indicadores de gestión empresarial para fundamentar decisiones estratégicas.

H7- Valorar alternativas de gestión y estrategias de marketing utilizando datos analíticos que relacionen las decisiones estratégicas con variables empresariales como ingresos, rentabilidad y cuota de mercado.

H8-Sistematizar y elaborar información de diversas fuentes para confeccionar informes comerciales, planes de marketing y análisis financieros, incluyendo interpretación de estados contables y balances

H9- Planificar y tomar decisiones de gestión empresarial considerando indicadores clave, cambios macroeconómicos, estrategias de marketing...etc.