



MAPA DE COMPETENCIAS

MAP OF COMPETENCES

1. TABLAS/TABLES (Ver descripción abajo/Description below)

MATERIA Y ASIGNATURAS subjects	CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS (Knowledge)	HABILIDADES O DESTREZAS (Skills)	COMPETENCIAS (Competences)
<b>MATERIA 1 "MÉTODOS CUANTITATIVOS / QUANTITATIVE METHODS"</b>			
- Análisis y visualización de datos / Data Analysis and Visualization - Analítica de negocios / Business Analytics	K01	S03	C01, C02, C03
<b>MATERIA 2 "ORGANIZACIÓN / MANAGEMENT"</b>			
- Comportamiento organizativo / Organizational Behaviour - Economía para la gestión / Managerial Economics for Business - Dirección estratégica / Strategic Management - Emprendimiento / Entrepreneurship - Sostenibilidad / Sustainability - Entorno económico internacional / International Economic environment - Gestión de la tecnología / Management of Technology - Internacionalización de la empresa / International Management - Tendencias tecnológicas emergentes / Emerging Technology Trends	K02, K03, K04, K05, K10, K11	S01, S04, S05, S06, S07, S08	C05, C06, C07, C08
<b>MATERIA 3 "FINANZAS Y CONTABILIDAD / FINANCE AND ACCOUNTING"</b>			
- Contabilidad Financiera / Principles of Accounting - Economía financiera / Financial Economics - Finanzas Corporativas / Corporate Finance - Contabilidad de Gestión / Managerial Accounting - Finanzas para el emprendimiento / Entrepreneurial finance - Métodos de Valoración / Valuation Methods - Finanzas Internacionales / International Finance - Finanzas corporativas avanzadas / Advanced Corporate Finance	K06, K07	S02, S05	C02, C05, C06, C07
<b>MATERIA 4 "MARKETING / MARKETING"</b>			
- Administración de Marketing para una Ventaja Competitiva / Marketing Management for Strategic Advantage - Análisis de mercado / Market Analysis - Comportamiento del consumidor / Consumer Behavior - Creación y comunicación del valor / Value creation and communication - Marketing digital / Digital marketing (Asignatura del Master in Marketing) - Comercio y marketing internacional / International Marketing and Trade (Asignatura del Master in Marketing)	K08	S01, S02, S05, S06, S07	C01, C05, C06, C07
<b>MATERIA 5 "LOGÍSTICA Y OPERACIONES / LOGISTICS AND OPERATIONS"</b>			
- Dirección de operaciones / Operations management - Gestión de la cadena de suministros / Supply chain management	K09	S01, S02, S05	C03, C05, C06, C07
<b>MATERIA 6 "RECURSOS HUMANOS / HUMAN RESOURCES"</b>			
- Liderazgo / Leadership - Gestión de Personas en las Organizaciones / Managing People in Organizations - Desarrollo personal y profesional / Career and Personal Development	K02, K11	S04, S05, S06	C04, C05, C08
<b>MATERIA 7 "TRABAJO FIN DE MASTER (BUSINESS PLAN TRABAJO FIN DE MASTER / BUSINESS PLAN "</b>			
- Plan de negocios / Business Plan	K04, K05, K06, K07, K08, K09, K10, K11	S01, S04, S05, S06, S07, S08	C01, C02, C03, C04, C05, C06, C07, C08

## 2. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS/DESCRIPTION OF LEARNING OUTCOMES AND COMPETENCES

- **CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS / KNOWLEDGE:**
  - K01. Describir los principales métodos estadísticos y econométricos de análisis cuantitativo de datos / *To describe the main statistical and econometric methods of quantitative data analysis.*
  - K02. Identificar y explicar los factores psicológicos que determinan la eficacia del liderazgo de las personas en la empresa y, la motivación de los empleados / *To identify and explain the psychological factors that determine the effectiveness of the leadership in firms and employees' incentives.*
  - K03. Definir los principales modelos económicos de producción y fijación de precios / *To define the main economic models of production and price setting.*
  - K04. Definir los diferentes tipos de estrategias generales de las empresas y definir los factores de contingencia relevantes en cada caso / *To define the main types of general strategies and to define the contingency factors that are relevant in each case.*
  - K05. Conocer en un nivel avanzado las características que debe tener un plan estratégico para favorecer el desarrollo exitoso de un proyecto de emprendimiento / *To know at an advanced level the characteristics that a strategic plan must have to favor the successful development of an entrepreneurial project.*
  - K06. Definir las variables contables que permiten evaluar la situación financiera de una empresa en un momento de tiempo y su desempeño en un intervalo de tiempo determinado / *To define the accounting variables that are necessary for the evaluation of the financial situation of company at a given point in time and its performance during a certain period of time.*
  - K07. Definir los principales modelos de valoración de inversiones y de estructura de capital / *To define the main models of evaluation of investment and capital structure.*
  - K08. Identificar y describir las técnicas de análisis de mercado y las principales estrategias de marketing / *To identify and explain the main market analysis techniques and marketing strategies.*
  - K09. Identificar y explicar las estrategias y los modelos de gestión de la calidad, así como las estrategias de producción en las que estos se integran / *To identify and explain the strategies and methods of quality management and the production strategies in which these are integrated.*
  - K10. Definir y explicar los objetivos de desarrollo sostenibles de la ONU / *To define and explain the UN's sustainable development goals.*
  - K11. Identificar las consecuencias éticas de las estrategias empresariales, especialmente las que afectan a los derechos humanos, la diversidad y la accesibilidad / *To identify the ethical consequences of business strategies, particularly those that affect human rights, diversity and accessibility.*
  
- **HABILIDADES O DESTREZAS / SKILLS:**
  - S01. Analizar críticamente varias estrategias y discutir sus ventajas e inconvenientes a un nivel teórico / *To critically analyze several strategies and discuss their advantages and disadvantages at a theoretical level.*
  - S02. Plantear en términos matemáticos un problema de inversión, financiación, marketing o gestión de la producción y en base a este planteamiento obtener una propuesta de solución basada en una demostración matemática / *To translate a problem of investment, financing, marketing or production management into mathematical terms and, based on this approach, obtain a solution proposal based on a mathematical demonstration.*
  - S03. Aplicar métodos estadísticos y econométricos especializados en el análisis de datos complejos / *To apply specialized statistical and econometric models to the analysis of complex databases.*
  - S04. Relacionar los aspectos económicos, psicológicos y éticos que se dan en las decisiones estratégicas o tácticas, especialmente los relacionados con los derechos humanos, la diversidad y la accesibilidad / *To relate the economic, psychological, and ethical aspects that are present in strategic or tactical decisions, especially those related to human rights, diversity and accessibility.*
  - S05. Evaluar las consecuencias que una decisión estratégica o táctica tomada en una de las áreas funcionales de la empresa puede tener sobre otras áreas funcionales / *To evaluate the consequences of a strategic or tactical decision taken in one of the functional areas of the company on other functional areas.*
  - S06. Comunicar oralmente, de forma clara y efectiva, los resultados de un estudio, razonando sus conclusiones de forma crítica / *To communicate orally, clearly and effectively, the results of a study by providing critical arguments and coherent conclusions.*

- S07. Comunicar por escrito, de forma clara y convincente, los resultados de un estudio, razonando sus conclusiones de forma crítica / *To communicate in writing, clearly and convincingly, the results of a study by providing critical arguments and coherent conclusions.*
- S08. Analizar críticamente en qué medida un conjunto de decisiones estratégicas o tácticas contribuyen positivamente al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU / *To critically analyze whether a set of strategic or tactical decisions positively contribute to the UN's sustainable development goals.*

○ **COMPETENCIAS / COMPETENCES:**

- C01. Elaborar un análisis de mercado para un producto o línea de productos, diseñar la estrategia de marketing acorde con los resultados obtenidos y hacer un seguimiento de la estrategia aplicando las correcciones necesarias a lo largo del tiempo con el fin de alcanzar los objetivos de marketing previamente fijados / *To carry out a market analysis for a product or line of products, design the marketing strategy in accordance with the results obtained, and monitor the strategy by applying the necessary adjustments over time in order to achieve the marketing objectives previously set.*
- C02. Realizar los análisis necesarios para la toma de decisiones de inversión y para la valoración de fuentes de financiación alternativas, teniendo en cuenta los aspectos tanto estratégicos como tácticos y las consecuencias de dichas decisiones para la ejecución de la estrategia general de la empresa / *To carry out the necessary analyzes to make investment decisions and evaluate the different financing alternatives, taking into account both strategic and tactical aspects and the consequences of such decisions for the execution of the general strategy of the company.*
- C03. En el contexto de un departamento de producción u operaciones, diseñar la estrategia de producción más adecuada desde el punto de vista de la eficiencia económica y de la gestión de la calidad, de forma a contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa, y de implementar las decisiones tácticas necesarias para la implementación de estas estrategias / *In the context of a production or operations department, to design the most appropriate production strategy from the point of view of economic efficiency and quality management with the aim of contributing to the achievement of strategic objectives of the company. The graduate will also be able to implement the necessary tactical decisions for the implementation of these strategies.*
- C04. Implementar las políticas de recursos humanos que mejor se adapten a la estrategia general de la empresa y puedan contribuir a la mejora de sus resultados económicos, siguiendo criterios económicos, psicológicos y éticos / *To implement human resource policies that best adapt to the general strategy of the company and can contribute to the improvement of its economic results, following economic, psychological, and ethical criteria.*
- C05. Elaborar un plan de negocio para un producto o línea de productos, basándose en un estudio de mercado que orientará la estrategia de marketing y la estrategia general de la empresa, integrando un análisis completo de su viabilidad financiera / *To prepare a business plan for a product or line of products, based on a market study that will guide the marketing strategy and the general strategy of the company, integrating a complete analysis of its financial viability.*
- C06. Liderar un equipo de personas para la consecución de objetivos de tipo comercial, financiero o productivo, asegurando el reparto de tareas, el trabajo en equipo y la organización temporal de las metas del proyecto necesarias para el cumplimiento de los plazos acordados / *To lead a team of people to achieve commercial, financial or productive objectives, ensuring the distribution of tasks, teamwork, and the temporary organization of the project's goals necessary to meet the established deadlines.*
- C07. Razonar y defender las decisiones estratégicas y tácticas de su departamento o empresa y expondrá los resultados obtenidos ante audiencias de diferente índole, como superiores jerárquicos, clientes, proveedores, accionistas, acreedores, o representantes sindicales / *To explain and defend the strategic and tactical decisions of the department or company and present the results obtained in front of audiences of different kinds, such as hierarchical superiors, clients, suppliers, shareholders, creditors, or union representatives.*
- C08. Respetar los derechos humanos, la diversidad y la accesibilidad al tomar decisiones que afecten a los demás empleados de la empresa y a otras personas relacionadas con la actividad de la empresa, como clientes, proveedores, accionistas, acreedores, o representantes sindicales / *To respect human rights, diversity and accessibility when making decisions that affect other employees of the firm and other people related to the firm's activities, such as clients, suppliers, shareholders, creditors, and trade union representatives.*