

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

CG1 - Adquirir conocimientos avanzados en dirección de marketing y gestión comercial que permitan demostrar, en un contexto altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el ámbito empresarial.

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos y sus capacidades de resolución de problemas en el área de la dirección y gestión de marketing y comercial, en entornos nuevos o poco conocidos relacionados con distintas organizaciones y sectores empresariales.

CG3 - Diagnosticar problemas reales potencialmente complejos integrando conocimientos de distintas materias e integrar, cuando sea pertinente, la responsabilidad social corporativa y la ética en sus planteamientos.

CG4 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información relacionada con las áreas de marketing y comercial, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto, aplicándola a situaciones complejas y teniendo en cuenta cómo afecta a otras áreas de la organización.

CG5 - Transmitir información, ideas y soluciones tanto a un público especializado en temas de marketing y ventas como a un público no especializado.

CG6 - Desarrollar la creatividad, la capacidad de iniciativa, la autonomía personal y profesional y la cultura emprendedora en proyectos y colaboraciones en los ámbitos del marketing y comercial.

CG7 - Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en las áreas de marketing y comercial.

CG8 - Desarrollar habilidades interpersonales que le permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos con experiencias culturales y disciplinares diversas, especialmente en un entorno comercial.

CG9 - Demostrar capacidad para la organización, planificación y gestión de los recursos y el trabajo en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Ofrecer soluciones eficaces para el crecimiento de los negocios teniendo en cuenta los factores que intervienen en el entorno empresarial actual

CE2 - Comprender la conducta del consumidor de la era digital a partir de los sistemas de marketing intelligence y del análisis de entorno

CE3 - Utilizar las estrategias del marketing estratégico para anticiparse al consumidor y encontrar el mejor camino para llegar hasta él.

CE4 - Identificar y desarrollar cada elemento del marketing mix dentro de una estrategia de marketing sólida y determinar las diferentes formas en las que cada elemento se interrelaciona con el resto.

CE5 - Adoptar una visión crítica, innovadora y creativa sobre la amplia variedad de aplicaciones de un marketing mix en diferentes industrias y naturaliza de productos

CE6 - Integrar los conceptos, metodologías y herramientas de marketing en un plan de marketing adecuado a los nuevos entornos de negocio y de comercialización.

CE7 - Aplicar las técnicas de negociación en general y la comercial en particular de manera que permitan conseguir los objetivos planteados al inicio de la misma.

CE8 - Optimizar la gestión de cuentas claves de la empresa a partir de las necesidades de los clientes.

CE9 - Organizar la estructura comercial de manera adecuada para la consecución de los objetivos de la empresa.

CE10 - Valorar el impacto económico de las decisiones estratégicas de marketing y dirección comercial en el balance y en la cuenta de resultados de la empresa.

CE11 - Capacidad para diseñar un plan de marketing o de acción comercial alineado con la estrategia global de la empresa