

Competencias del título - Maestría en Ventas

Competencias básicas:

- CB1. 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.
- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB3. 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.
- CB4. 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.
- CB5. 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.

Competencias generales:

- CG1. Proponer soluciones innovadoras a los problemas detectados en las empresas, en el contexto del área comercial y ventas, aplicando los conocimientos y habilidades adquiridos en entornos nuevos o poco conocidos, incluyendo contextos de carácter profesional especializado.
- CG2. Analizar y evaluar teorías, resultados y desarrollos en el ámbito de los negocios, en concreto del área comercial y ventas, formulando juicios precisos y pertinentes, con una reflexión sobre la responsabilidad social o ética derivada.
- CG3. Comunicar de forma estructurada y razonada conclusiones y análisis de evaluaciones y trabajos en el contexto del área comercial y ventas, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan.
- CG4. Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridos en la definición y desarrollo de procedimientos de trabajo, en el ámbito comercial y ventas, de forma autónoma y con responsabilidad de coordinación y supervisión del trabajo técnico.
- CG5. Aplicar, analizar y discriminar los recursos tecnológicos con diferentes fines, objetivos y aplicabilidades en el contexto del área comercial y de las ventas.

- CG6. Demostrar un conocimiento avanzado en un contexto de investigación, así como una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el campo de estudio del área comercial y ventas.

Competencias transversales:

- CT1. Creatividad. Capacidad para crear ideas nuevas, llegar a conclusiones o resolver problemas de una forma original. Requiere del conocimiento, curiosidad, imaginación y evaluación de alternativas. El nivel más fundamental de la creatividad se manifiesta como el descubrimiento y el más alto como la innovación.
- CT2. Comunicación estratégica. Capacidad para transmitir de manera eficaz mensajes (ideas, conocimientos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, de tal manera que se alineen de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT3. Competencia digital. Capacidad que faculta un uso eficaz y seguro de las tecnologías de la información y de la comunicación. Ayuda al desarrollo del pensamiento crítico y es una capacidad clave para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación, el aprendizaje y una participación inclusiva en la sociedad.
- CT4. Liderazgo influyente. Capacidad para influir en otros, para poder dirigir o guiarles hacia unos objetivos concretos en momentos de cambios constantes derivados por entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual. Los líderes influyentes son referentes y son capaces de lograr un alto desempeño y los mejores resultados. Sus comportamientos generosos, éticos, empáticos y de un alto índice de inteligencia emocional les permiten ejercer como modelos a seguir, logrando un alto desempeño y motivación en sus equipos.
- CT5. Trabajo en equipo. Capacidad que desarrolla la inteligencia social para cooperar con otros en la consecución de un objetivo compartido, participando de manera activa, empática y ejerciendo la escucha activa, además de una comunicación efectiva y el respeto a todos los integrantes, con madurez y eficacia. En la era digital, esa eficacia se traduce en la destreza de trabajar con otros en entornos multiplataforma, multiculturales, multilingües y multidisciplinares de manera fluida y consiguiendo los objetivos marcados.
- CT6. Análisis crítico. Capacidad para integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida. Se trata de aprender a localizar, extraer, analizar e interpretar información y datos fiables para después estudiar, examinar y razonar, pudiendo así llegar a una conclusión de manera rápida y eficaz, como demanda el mundo actual.
- CT7. Resiliencia. Capacidad de las personas para adaptarse a situaciones adversas, inesperadas, que causen estrés, ya sean personales o profesionales, superándolas e incluso convirtiéndolas en oportunidades de cambio positivo. Esta capacidad se traduce en un crecimiento profundo de la persona, haciéndoles conocer sus limitaciones, salir de su zona de confort, aprender de los obstáculos,

desarrollar su inteligencia emocional y aprender a ser perseverantes ante situaciones difíciles.

- CT8. Competencia ético-social. Capacidad de desenvolverse en una profesión de manera adecuada y convivir en una sociedad plural y un mundo diverso. Esta capacidad pretende desarrollar ciudadanos globales y responsables, conscientes de la desigualdad y sensibles a la diversidad en un mundo global. Con conciencia ética y compromiso social. Internacionales, multilingües, flexibles y adaptables en entornos multiculturales.

Competencias específicas:

- CE1. Capacidad para diseñar ofertas comerciales a partir del análisis de las oportunidades de mercado y las capacidades de la empresa.
- CE2. Capacidad para implementar y supervisar un plan de acción comercial, que asegure el logro de los objetivos de la empresa.
- CE3. Capacidad para diseñar un modelo de dirección comercial y de ventas, coherente con el plan estratégico de la compañía.
- CE4. Capacidad para evaluar las necesidades y motivaciones del cliente.
- CE5 “Capacidad para definir, planificar y controlar objetivos comerciales y de ventas, plazos de entrega al cliente, prioridades de negocio y calidad del trabajo.
- CE6. Capacidad para utilizar herramientas que desarrollen las competencias comerciales del equipo comercial y de los colaboradores, proporcionando un feedback mutuo.
- CE7 Capacidad para dirigir y motivar equipos de personas dentro del área comercial y ventas.
- CE8. Capacidad para deducir y valorar las relaciones entre las marcas y los consumidores, utilizando las nuevas aplicaciones informáticas como fuentes de información sobre el comportamiento de compra del consumidor.
- CE9. Capacidad para desarrollar y crear una relación comercial óptima con cada uno de los canales de distribución que forman parte de la cadena de valor de sus productos o servicios.
- CE10. Capacidad para analizar y evaluar el resultado económico- financiero de cada acción comercial, así como el impacto en el beneficio total de la compañía a corto y largo plazo.
- CE11. Capacidad para evaluar e interpretar la comunicación no verbal, desarrollando una comunicación comercial eficaz y profesional, mediante la generación de mensajes efectivos y el uso de los canales adecuados, todo ello adaptado al público objetivo, para maximizar el impacto de las comunicaciones.
- CE12. Capacidad para emplear herramientas de análisis complejas para analizar grandes datos con el fin de predecir, hacer simulaciones y optimizaciones, o testar

resultados (por ejemplo: técnicas avanzadas para segmentación de mercado y posicionamiento de productos, CRM, Google Analytics, etc.).

- CE13. Capacidad para utilizar todo el potencial de las herramientas digitales para comercializar productos y servicios a través de Internet.
- CE14. Aplicar de forma global, multidisciplinar e integradora los conocimientos, habilidades y competencias en el desarrollo práctico y sistematizado de un proyecto de negocio / Trabajo Fin de Master, en la parte específica de la dirección comercial y el plan de ventas.
- CE15. Analizar el entorno macroeconómico, examinando la estructura del sistema financiero internacional.
- CE16. Seleccionar las herramientas informáticas más adecuadas para la extracción de información de base de datos para la toma de decisiones en entornos globales de incertidumbre.
- CE16. Analizar e interpretar los estados financieros de la empresa y sus limitaciones para la toma de decisiones empresariales.
- CE17. Evaluar los criterios de selección de inversiones, el valor actual neto de los fondos generados y la tasa de retorno requerida, para la toma de decisiones en el nivel de dirección financiera, referentes a las inversiones.

CE18. Tomar decisiones en el nivel de dirección financiera, referentes a la estructura de capital óptima, así como a las formas de retribución del accionista (política de dividendos).

- CE19. Desarrollar y elaborar el plan financiero de la empresa, entendiendo los procesos de planificación presupuestaria y aplicando técnicas y estrategia de forecasting.
- CE20. Aplicar y adaptar las herramientas tecnológicas de control de gestión, que permiten elegir los sistemas, aplicaciones y metodologías que ayudan a la gestión de una empresa en el registro de datos, el control y la mejora de los procesos y en la consolidación de datos y toma de decisiones.
- CE21. Desarrollar una visión práctica de las implicaciones fiscales de las decisiones empresariales, de las estrategias de optimización, de la carga fiscal y de la rentabilidad financiero fiscal de las distintas alternativas de inversión.
- CE22. Examinar los sistemas de regulación nacional e internacional de aplicación en el ámbito financiero, evaluando las consecuencias de su aplicación e incumplimiento, en especial, la aplicación de la Normativa relativa a los Mercados de Instrumentos Financieros (MiFID II).
- CE23. Emplear y evaluar técnicas de gestión y optimización de carteras, diseñadas según los resultados esperados.
- CE24. Evaluar y discriminar los diferentes tipos de proyectos empresariales, sus fuentes de financiación, así como el cálculo el coste promedio ponderado del capital ("WACC").

- CE25. Analizar e interpretar los procesos de crecimiento inorgánico de las empresas vía fusiones y adquisiciones (M&A) y los procesos de reestructuración empresarial “venture capital”, “private equity”.
- CE26. Gestionar los distintos tipos de riesgo, aplicando estrategias de cobertura de riesgos (“hedging”) y productos derivados (futuros, opciones, SWAPs, FRAs, seguros de cambio).
- CE27. Emplear las herramientas de tecnologías financieras (FINTECH) y las técnicas del business analytics para la toma de decisiones financieras.
- CE28. Aplicar de forma práctica e integradora los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos, en entornos profesionales donde se realicen actividades de las áreas: gestión financiera, supervisión (control interno), consultoría (consultoría financiera, contable, valoración de empresas y análisis de inversiones, etc.) e intermediación financiera.
- CE28. Aplicar de forma global, multidisciplinar e integradora los conocimientos, habilidades y competencias en el desarrollo práctico y sistematizado de un proyecto/ trabajo fin de máster (ensayo, trabajo de consultoría, trabajo de investigación, etc.) con foco en la toma de decisiones relacionadas con la dirección y gestión financiera, así como su defensa ante un tribunal.