

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - 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
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - 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
CB9 - 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
CB10 - 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.
GENERALES
00 - No hay competencias de esta tipología
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
00 - No existen competencias de esta tipología
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CEM10 - Trabajo en equipo en entornos multiculturales
CEM11 - Identificar, analizar y resolver problemáticas de marketing internacional de carácter táctico o estratégico
CEM12 - Formular y evaluar estrategias de marketing internacional
CEM13 - Identificar factores clave en la toma de decisiones sobre las variables de control
CEM14 - Discernir qué información es relevante en función de la toma de decisiones
CEM15 - Comprender y saber interpretar adecuadamente textos profesionales, orales y escritos, de dificultad media en lengua extranjera
CEM07 - Conocer y aplicar las técnicas y estrategias comunicativas y persuasivas que caracterizan los distintos géneros profesionales del sector empresarial, orales y escritos, en inglés y/o al menos en otro idioma extranjero (alemán y/o francés), prestando una especial atención a diferencias de registro y a las normas de cortesía (politeness), de vital importancia para garantizar una interacción comunicativamente adecuada y eficaz
CEM01 - Obtener una visión de conjunto sobre las habilidades necesarias para gestionar una empresa
CEM02 - Capacidad para identificar los costes y beneficios para la empresa de diferentes alternativas estratégicas
CEM03 - Conocer los principios prácticos de habilidades directivas específicas y aplicar estos principios en diferentes contextos organizativos
CEM04 - Capacidad para la argumentación de criterios de decisión
CEM09 - Ser capaz de usar estrategias comunicativas adecuadas a cada género profesional del ámbito empresarial, en inglés, y/o al menos en otra lengua extranjera
CEM06 - Ser capaz de elaborar textos profesionales efectivos, orales y escritos, en inglés y/o al menos otra lengua extranjera, según las necesidades y expectativas contextuales y discursivas
CEM05 - Capacidad de trabajo en equipo
CEM08 - Ser capaz de familiarizarse con los hábitos empresariales del mundo anglosajón, francés y/o alemán, así como de las principales diferencias (especialmente las de índole cultural) con los del mundo hispano
4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES
4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO
Ver Apartado 4: Anexo 1.
4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN