

Competencias específicas

CE01	Identificar las magnitudes, estructuras y políticas de los mercados que pueden influir en la evolución de la coyuntura económica local y global en las decisiones de marketing y evaluar el sentido y la fuerza del impacto mediante el uso de herramientas cuantitativas y prospectivas y con un enfoque estratégico presidido por la búsqueda de oportunidades y amenazas.
CE02	Diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas que mejor se adapte e incluso se anticipe a la demanda de los mercados, comparando cuál de los modelos y principios de diseño organizativo acopla mejor en cada caso, y ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia y estímulo del compromiso y de la mejora continua.
CE03	Diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma, buscando sinergias entre todas ellas, y con el uso de técnicas de planificación y de modelos de organización innovadores que faciliten la visión interdepartamental.
CE04	Reconocer la necesidad de plantear una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor, y, en su caso, diseñar la planificación del encargo, comparar las ventajas y desventajas de su realización interna o externa, interpretar sus resultados y aplicarlos estratégicamente en la toma de decisiones.
CE05	Describir las políticas de marketing y ventas argumentando las directrices que las guiarán de acuerdo con la cultura, la política y los objetivos de la empresa. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE06	Formular las estrategias sobre el mix de marketing a partir del análisis estratégico, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE07	Interpretar y evaluar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing con una visión global. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE08	Formular previsiones de ventas y establecer objetivos acordes con los diagnósticos, haciendo uso de los métodos más avanzados y con una actitud de rigor, factibilidad y anticipación de tendencias y discontinuidades. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE09	Diseñar, implementar y evaluar planes comerciales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando para ello las nuevas tecnologías en este proceso, de modo que todas las acciones consideren cómo aprovechar la dimensión digital. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE10	Diseñar e implantar modelos de organización comercial en la empresa que sean acordes a sus relaciones con los mercados y objetivos a desarrollar. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).
CE11	Desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, de modo que se consiga fortalecer la posición competitiva en el negocio. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).

Competencias específicas
Máster Universitario en Dirección de Marketing

CE12	Diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, que incluyan balances sociales y estén alineadas con la misión y visión de la compañía. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
CE13	Describir el mapa de stakeholders de una organización y formular una estrategia comercial que considere todos sus intereses y necesidades, de modo que la red esté gestionada por relaciones de confianza. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
CE14	Identificar y desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa y que refuercen el posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
CE15	Comparar, seleccionar e implementar las acciones concretas de comunicación de acuerdo con los planes establecidos y teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders, así como controlar su rentabilidad. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
CE16	Elaborar auditorías de riesgos y protocolos de actuación en casos de comunicación de crisis, manejando eficazmente todos los medios incluyendo los audiovisuales y digitales, con la actitud de preservar la confianza de clientes y demás stakeholders. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
CETFM	Investigar y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos al desarrollo de un caso real de empresa.