



Universidad de Deusto
Deustuko Unibertsitatea
University of Deusto

Grado en Administración y Dirección de Empresas

(Extracto de la memoria de Verificación del título Grado en Administración y Dirección de Empresas)

El título de graduado o graduada en Administración y Dirección de Empresas se articula en ocho **Macrocompetencias Específicas** (MC1 a MC8) que se describen a continuación:

MC1 -“VISIÓN ESTRATÉGICA”: Gestionar la empresa desde una perspectiva integral, promoviendo las estrategias y organizando las personas, los recursos y los sistemas y tecnologías necesarios con objeto de mejorar su competitividad y crear valor para sus partícipes sociales, en los distintos ámbitos de decisión de corto, medio y largo plazo.

- MC1.1: Analizar el entorno sectorial y económico-social de la empresa teniendo en cuenta las principales tendencias de cambio futuras.
- MC1.2: Analizar las funciones y procesos clave de una empresa para su despliegue coherente con el propósito estratégico de la misma.
- MC1.3: Detectar las distintas fuentes de ventaja competitiva de las empresas y analizar los factores de competitividad en las mismas.
- MC1.4: Definir los objetivos de la empresa a los diferentes niveles.
- MC1.5: Plantear propuestas de creación de valor tras diagnosticar la situación competitiva de la empresa, con base en el análisis interno y externo realizado y en los objetivos definidos.
- MC1.6: A partir del diagnóstico de la situación corporativa, identificar oportunidades de crecimiento, evaluar su potencial y estimar los recursos y capacidades precisos.
- MC1.7: Decidir el modo de implantación de la estrategia empresarial en sus formas de inicio, estableciendo la organización y los sistemas de dirección más adecuados.
- MC1.8: Con base en la planificación estratégica de la empresa, desarrollar el proceso de planificación.
- MC1.9: Diseñar e implementar adecuadamente las herramientas para el control de la empresa que permita analizar las desviaciones.
- MC1.10: Gestionar eficientemente las operaciones, analizando la cadena de aprovisionamientos, producción y distribución de bienes, servicios e información.

MC2 – “GESTORES DE RECURSOS FINANCIEROS”: Diagnosticar, planificar y controlar la evolución de la situación económico-financiera de los proyectos empresariales y optimizar las decisiones de inversión y financiación.

- MC2.1: Realizar adecuadamente registros contables, utilizando los diferentes criterios de valoración.
- MC2.2: Elaborar, interpretar y analizar los estados financieros de una empresa o grupos de empresas, utilizando la normativa española y su relación con otras normativas.
- MC2.3: Realizar operaciones de valoración de activos, práctica bancaria, etc., utilizando la matemática financiera.
- MC2.4: Valorar adecuadamente los productos financieros, considerando las variables que afectan a la evolución de su precio.
- MC2.5: Valorar el interés de los proyectos de inversión en situaciones de certeza, riesgo e incertidumbre y tomar las decisiones correspondientes, considerando además las alternativas que mercados e intermediarios financieros posibilitan.
- MC2.6: Definir y llevar a cabo la política de financiación y dividendos más idónea para la empresa valorando adecuadamente las alternativas que mercados e intermediarios financieros posibilitan.
- MC2.7: Manejar el derecho tributario para valorar las consecuencias fiscales de las decisiones como elemento fundamental en la toma de decisiones financieras.
- MC2.8: Valorar los riesgos financieros de operaciones comerciales y financieras conociendo las herramientas que para su gestión ofrecen los mercados financieros.
- MC2.9: Confeccionar los estados financieros previsionales y los distintos presupuestos analizando sus desviaciones.
- MC2.10: Calcular costes y márgenes teniendo en cuenta diferentes sistemas de cálculo.
- MC2.11: Diseñar, implantar y ejecutar un sistema de control de gestión adecuado a la empresa.

MC3 – “ORIENTACIÓN AL MERCADO Y AL CLIENTE”: Orientar la gestión de la empresa hacia la satisfacción de los clientes y otros grupos de interés, identificando sus necesidades, promoviendo la creación de valor a través de productos y servicios de calidad y desarrollando relaciones de intercambio eficaces.

- MC3.1: Enfocar un negocio desde el punto de vista del marketing, incluyendo el marketing interno, el marketing social y el marketing holístico.
- MC3.2: Definir las necesidades de información interna y externa para la toma de decisiones de marketing.
- MC3.3: Identificar los elementos fundamentales del marketing integrado de empresas fabricantes, comerciales y de servicios, detectando los posibles errores de coordinación entre ellos.
- MC3.4: Aplicar modelos básicos de conducta del cliente, tanto particular como organizacional.
- MC3.5: Aplicar técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo para obtener información a partir de los datos del mercado, así como para evaluar y seleccionar segmentos de mercado.
- MC3.6: Establecer las políticas de productos, marcas y precios, definiendo su posicionamiento en el mercado.
- MC3.7: Establecer la política de distribución y de ventas, seleccionando los canales adecuados a diferentes situaciones y organizando eficientemente la red comercial y la distribución física de los productos.

- MC3.8: Establecer la política de comunicación, incluyendo el marketing directo y el marketing interactivo.
- MC3.9: Diseñar un plan estratégico y un plan anual de marketing coherente con los objetivos estratégicos del negocio.
- MC3.10: Establecer un sistema de control de la ejecución de las actividades comerciales.

MC4 – “DIRECCION Y GESTION DE PERSONAS”: Integrar y desarrollar las personas dentro del proyecto empresarial del que forman parte, buscando su implicación con el mismo, fuente clave de valor para la empresa.

- MC4.1: Definir y organizar el equipo de colaboradores, identificando sus necesidades de formación y desarrollo con objeto de integrarlos dentro de la cultura y estrategia de la organización y lograr su satisfacción e implicación con la misma.
- MC4.2: Gestionar y liderar eficientemente equipos de personas, siendo capaz de negociar y resolver las diferencias que surgen entre personas y/o grupos en cualquier tipo de organización así como motivar y liderarles, influyendo sobre las personas y/o grupos anticipándose al futuro y contribuyendo a su desarrollo personal y profesional.

MC5- “ACTORES EN UNA ECONOMÍA GLOBAL”: Interpretar la realidad del entorno económico local y global con objeto de aprovechar las oportunidades y afrontar los riesgos derivados del mismo y desarrollar su actividad en un contexto internacional.

- MC5.1: Valorar el impacto en la actividad empresarial de las distintas estructuras y políticas económicas y del funcionamiento de las diferentes tipologías de mercados.
- MC5.2: Entender las magnitudes económicas y evaluar el impacto de la evolución de la coyuntura económica local e internacional en las decisiones empresariales, adquiriendo una perspectiva crítica y plural.
- MC5.3: Evaluar el potencial económico de otras áreas geográficas como oportunidad de negocio para una empresa.
- MC5.4: Entender y gestionar la complejidad del entorno socio-económico en la toma de decisiones empresariales a la hora de desarrollar ideas/proyectos de negocio en un contexto globalizado.

MC6– “DOMINIO DE LAS TIC”: Evaluar el empleo de sistemas y tecnologías de la información para la gestión empresarial y promover la optimización de los procesos de gestión en una organización, a través de la utilización de las TIC.

- MC6.1: Dominar el uso de aplicaciones informáticas básicas para gestión empresarial.
- MC6.2: Evaluar el potencial de los sistemas y tecnologías de información y comunicación como vía para crear valor para el negocio y participar en el desarrollo de su implantación en la empresa.

MC7 – “ANÁLISTAS DE DATOS”: Interpretar conjuntos de datos a través del uso de herramientas cuantitativas, seleccionando y aplicando adecuadamente las técnicas de análisis de datos para apoyar el diagnóstico y toma de decisiones en la empresa.

- MC7.1: Identificar, capturar y analizar de forma eficiente datos de fuentes primarias y secundarias que sean necesarios para el análisis del entorno competitivo de la empresa.

- MC7.2: Conocer los conceptos matemáticos y técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis de datos necesarios para la resolución de problemas empresariales y apoyar el diagnóstico y toma de decisiones en la empresa.

MC8 – “ENTORNO JURIDICO”: Considerar e interpretar el impacto en las decisiones empresariales del entorno jurídico en el que se encuentra inmersa la empresa.

- MC8.1: Identificar las normas jurídicas básicas que afectan a las decisiones empresariales.
- MC8.2: Interpretar los conceptos y el marco jurídico en que se encuentra inmersa la empresa.