



COMPETENCIAS

El diseño de competencias se ha llevado a cabo partiendo de las pautas que establece el Anexo I (punto 3) del *Real Decreto 1393/2007*, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Asimismo, se han tenido en cuenta las directrices del Marco Europeo de Cualificaciones para la Educación Superior, el *Proyecto Tuning*, los Descriptores de Dublín, la *Guía de Apoyo para la Elaboración de la Memoria para la Solicitud de verificación de Títulos Oficiales (Grado y Máster)* de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y las recomendaciones de la Universidad de Valladolid recogidas en la *Guía para el Diseño y Tramitación de los Títulos de Grado y Máster de la UVa*.

Una competencia es el conjunto de conocimientos, actitudes y destrezas necesarias para desempeñar una función dada. La competencia incluye la capacidad de movilizar y aplicar correctamente estos recursos en un entorno dinámico, para producir un resultado definido¹.

En el Informe Final del *Proyecto Tuning*², las competencias y las destrezas han sido entendidas como "conocer y comprender", conocimiento básico de un campo académico, "saber cómo actuar" la aplicación práctica y operativa del conocimiento a ciertas situaciones y "saber cómo ser" los valores como parte integrantes de percibir a los otros y vivir en un contexto social.

Las competencias se describen como puntos de referencia para la elaboración y evaluación de los planes de estudio, y no pretenden ser moldes rígidos. Permiten flexibilidad y autonomía en su elaboración, al mismo tiempo que introducen un lenguaje común para describir los objetivos de los planes. En el documento Marco sobre integración del Sistema Universitario Español en el Espacio Europeo de Educación Superior (MEDC, 2003) se expone que: "Los objetivos formativos de las enseñanzas oficiales a nivel de grado tendrán, con carácter general, una orientación profesional, es decir, deberán proporcionar una formación universitaria en la que integren armónicamente las competencias genéricas básicas, las competencias transversales relacionadas con la formación integral de las personas y las competencias específicas que posibiliten una orientación profesional que permitan a los titulados una integración en el mercado de trabajo".

Competencias generales.

- G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.
- G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.
- G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.
- G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

¹ Le Boterf, G (2001), *Ingeniería de las Competencias*. Barcelona: Epise, Training Club y Gestión 2000.

² Proyecto Tuning (2000). *Informe Final. Proyecto Piloto-Fase 1*. Universidad de Deusto.



Competencias específicas.

- E1. Conocer los principios y fundamentos de marketing.
- E2. Presentar la metodología para identificar los mercados prioritarios atendiendo a las características propias de cada empresa.
- E3. Saber analizar y aplicar los conceptos, principios y técnicas para elaborar un plan de marketing.
- E4. Desarrollar estrategias de marketing.
- E5. Ser capaz de aplicar políticas comerciales eficaces.
- E6. Diseñar y manejar sistemas de información.
- E7. Conocer las funciones que intervienen en la logística integral: aprovisionamiento, producción, distribución y evaluación logística.
- E8. Conocer las condiciones de implantación y gestión de puntos de venta.
- E9. Conocer los objetivos y las técnicas aplicadas en la investigación comercial.
- E10. Capacidad para identificar y evaluar oportunidades de negocio.
- E11. Conocer las diversas herramientas de comunicación comercial (publicidad, fuerza de ventas, relaciones públicas, promoción de ventas y propaganda).
- E12. Aprender a gestionar un equipo de ventas y las técnicas promocionales.
- E13. Ser capaz de tomar decisiones sobre la fijación de precios.
- E14. Ser capaz de tomar decisiones sobre la comercialización de productos y servicios.
- E15. Saber gestionar las relaciones con los clientes.
- E16. Comprender los principios del comportamiento del consumidor y las variables que lo condicionan.
- E17. Conocer y utilizar los conceptos matemáticos y estadísticos para formalizar y analizar situaciones de ámbito comercial.
- E18. Conocer y operar con herramientas informáticas aplicadas al comercio.
- E19. Dominar una lengua extranjera (inglés, francés, alemán) orientada a la actividad comercial.
- E20. Ser capaz de gestionar una operación internacional de importación/exportación.
- E21. Comprender el impacto del entorno jurídico en la empresa y en especial en el área comercial.
- E22. Desarrollar la capacidad emprendedora y creación de empresas comerciales.
- E23. Dominar los procedimientos contables y financieros aplicables al área comercial.
- E24. Buscar las fuentes de estudio de la actividad comercial y analizarlas en su contexto histórico.
- E25. Conocer los conceptos fundamentales de la economía.
- E26. Comprender la génesis y desarrollo, a lo largo del tiempo y del espacio, de los procesos económicos.
- E27. Dominar las técnicas de análisis y simulación que permitan resolver problemas de gestión comercial.

La *Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI* bajo el patrocinio de la UNESCO presentó en 1996 el informe titulado *La educación encierra un tesoro*, en el que se recogían las necesidades básicas del aprendizaje basado en cuatro pilares claves: “aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir juntos” y, de este modo, garantizar que cada estudiante domine las aptitudes y actitudes requeridas para el desarrollo intelectual y moral del propio individuo y de la sociedad. En este Grado, ese objetivo se pretende conseguir a través del desarrollo de las siguientes competencias transversales:

Competencias transversales.

- T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.
- T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.
- T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.
- T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y



- contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.
- T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.
 - T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.
 - T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

