



**ACTA DE LA JUNTA
EXTRAORDINARIA DE FACULTAD
CELEBRADA
EL 16 DE DICIEMBRE DE 2024**

ASISTENTES

Equipo Decanal

Ilma. Sra. Decana

D^a. Ana Yetano Sánchez de Muniaín
Dra. D^a. Isabel Acero Fraile
Dra. D^a. Isabel Buil Carrasco
Dra. D^a. Marta Melguizo Garde
Dr. D. Jesús Ángel Miguel Álvarez
Dr. D. Ignacio Moralejo Menéndez
Dr. D. Marcos Sanso Navarro

P.D.I.

Acerete Gil, José Basilio
Ansón Lapeña, José Ángel
Belanche Gracia, Daniel
Bielsa Callau, Jorge
Brusca Alijarde, María Isabel
Cuéllar Fernández, Beatriz
Díaz Foncea, Millán
Escobar Urmeneta, María Teresa
Fuentelsaz Lamata, Lucio
García Lacalle, José Javier
García Ruiz, Pablo
Jarne Jarne, José Ignacio
Jiménez Calvo, Sofía
Lucía Palacios, Laura
Moneva Abadía, José Mariano
Pardos Martínez, Eva
Ramírez Alesón, Marisa
Rodrigo Sauco, Fernando
Sarto Marzal, José Luis
Trueba Cortés, Carmen
Vela Jiménez, María José
Vicente Gimeno, Luis Alfonso

P.T.G.A.S.

Estudiantes

González Rodríguez, Roberto
Martínez Burgos, Nora

Invitados

Bachiller Baroja, Patricia
Duarte Pac, Rosa
Montaner Gutiérrez, Teresa
Montero Villacampa, Javier
Villanúa Martín, Inmaculada

En Zaragoza, a 16 de diciembre de 2024, se reúne, en segunda convocatoria, la Junta de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza a las 10:00 horas en el Salón de Actos del Campus Paraíso, bajo la presidencia de la Sra. Decana y con la asistencia de los miembros al margen reseñados. Se abordan los siguientes puntos del orden del día:

- 1. Elección de representantes (suplentes) del estudiantado en la Comisión de Igualdad y Sostenibilidad. (Objetivos 3.3.2 y 3.3.3; ODS 5 y 7)**
- 2. Aprobación, si procede, de los proyectos formativos de los estudios de grado impartidos en la Facultad. (Objetivo 2.1.2)**
- 3. Ruegos y preguntas.**

- 1. Elección de representantes (suplentes) del estudiantado en la Comisión de Igualdad y Sostenibilidad. (Objetivos 3.3.2 y 3.3.3; ODS 5 y 7)**

La Decana cede la palabra al profesor secretario, quien explica que, en la Junta celebrada el 8 de octubre, solo se nombraron representantes titulares del sector estudiantes en la Comisión de Igualdad y Sostenibilidad. Según lo establecido en el artículo que regula dicha Comisión (aprobado en Junta de Facultad el pasado 6 de septiembre), deben de elegirse dos representantes titulares y sus correspondientes

Excusa su asistencia:

Becerril Casaus, Ana Isabel
Garrido Martínez, Elisabet
Giménez Nadal, José Ignacio
Mancebón Torrubia, María Jesús
Marco Fondevila, Miguel
Molina Chueca, José Alberto
Pérez Pueyo, Anunciación
Sáez Pérez, Luis Antonio
Valero Gil, Jesús

No asisten:

Alcalde Sierra, Sofia
Bueno Arangay, María del Pilar
Cabrera Villegas, Carlos
Campos Salas, Alejandro
Correas Bosqued, Jaime
Dejo Oricain, Natalia
Flavián Blanco, Carlos
Flavián Lázaro, Alejandro
Garcés Ayerbe, Concepción
Gracia Naval, María Yolanda
Grávalos Gómez, Joaquín Miguel
Guerri Puyuelo, Ramón
Hernández Consonni, Ángel
Hernández Ortega, Blanca Isabel
Jiménez Martínez, Julio
Lanau Puyuelo, Elisa
Marzo Navarro, Mercedes
Mauleón Pérez, Diego Francisco
Murillo Zapolskikh, Valeria
Ortega Lapiedra, Raquel
Plou Bruna, Ignacio
Poza López, Ana
Serrano Ibáñez, Eduardo José
Torres Gil, Candela
Ucedo Moreno, Jorge
Valbuena Gómez, Javier

suplentes por votación entre los miembros de dicho sector en Junta. Tras consultar previamente a los mismos, se propone que los representantes en la Comisión sean:

- Roberto González Rodríguez (Titular) / Eduardo José Serrano Ibáñez (Suplente)

- Nora Martínez Burgos (Titular) / Candela Torres Gil (Suplente)

No hay intervenciones al respecto, eligiéndose dicha representación del sector estudiantes en la Comisión de Igualdad y Sostenibilidad por asentimiento.

2. Aprobación, si procede, de los proyectos formativos de los estudios de grado impartidos en la Facultad. (Objetivo 2.1.2)

La Decana comienza este punto agradeciendo la labor realizada por las personas encargadas de la coordinación de los grados, y reconociendo que esta fase de la reforma de las titulaciones ha sido algo más compleja. Esto se debe a que se han asignado las competencias transversales, lo que ha implicado la realización de un esfuerzo por parte de todos departamentos ya que unas son más fáciles de evaluar que otras.

Para la elaboración de los proyectos formativos (Anexo I) se ha llevado a cabo un encaje entre las competencias propuestas, teniendo en cuenta que es complicado completarlas únicamente con las asignaturas de los dos primeros cursos. Por tanto, se han tenido en cuenta todas asignaturas obligatorias, así como la correspondiente al trabajo de fin de grado (TFG). Se comenta que, aunque quede algún fleco por cerrar y se realice algún ajuste posterior, los proyectos formativos deben aprobarse por la Junta. En el momento actual, el reparto de competencias transversales es: Análisis

Económico 11, Contabilidad y Finanzas 11, Dirección y Organización de Empresas 10, Economía Aplicada 10, Marketing e Investigación de Mercados 7, Derecho 3, Sociología 1 y TFGs 7.

El PDI Jesús Ángel Miguel también agradece el trabajo de los/as coordinadores/as de grado, así como de la Vicedecana de Calidad, Isabel Buil. Su intervención tiene el objetivo de hacer constar que existe una errata en el proyecto del Grado en International Business, ya que se asigna al área de Fundamentos del Análisis Económico una asignatura que pertenece a la de Métodos Estadísticos. También comenta que hay grados, como el de Administración y Dirección de Empresas (ADE) en Huesca y Teruel, en los que las asignaturas se imparten desde el área de Estadística e Investigación Operativa, pero no aparece su vinculación en la memoria, mientras que en el resto de grados solo se imparte desde Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa y aparecen vinculadas las áreas de Economía Aplicada y Estadística e Investigación Operativa. Por lo tanto, llegado el momento, se solicitará que figuren las vinculaciones correctas en función del grado. Además, propone que sea la asignatura Estadística y Ciencia de Datos II, en lugar de Estadística y Ciencia de Datos I, la que sea punto de control de la competencia de pensamiento crítico en el grado en Finanzas y Contabilidad (FICO).

La PDI Carmen Trueba agradece la labor de las personas que han confeccionado los proyectos, pero reconoce que ha sido difícil dar feedback desde los departamentos por lo precipitado del proceso. Aceptan los pesos de las asignaturas punto de control, pero no tienen información del área de Métodos Estadísticos, por lo que no pueden proponer ningún ajuste. La Decana responde que se tratara que el resultado, que depende de una conversación que desarrollará a lo largo de este mismo día, sea lo más parecido a lo que hay. Si los ajustes se realizan entre asignaturas de un mismo departamento no tendría por qué ser problemático. Añade que estos proyectos son necesarios para que entren en funcionamiento los nuevos grados, por lo que es importante cerrar esta fase para seguir avanzando en el proceso.

El PDI Millán Díaz pregunta si se podría compartir algún resumen relativo a las asignaturas punto de control y si se han aprobado por la Comisión de Garantía de la Calidad de los Estudios de Grado, y afirma que hay alguna cuestión de forma que debería mejorarse. La Decana responde que se enviará la información, así como que se han aprobado los proyectos incluyendo una nota advirtiendo que queda pendiente un ajuste final. El PDI Basilio Acerete, coordinador del Grado en FICO, comenta que fue necesario cambiar algún verbo por los sugeridos para facilitar la evaluación. Millán Díaz pregunta acerca de la mención dual del Grado en ADE, a lo que la Decana responde que eso afecta al centro de Huesca. En nuestra Facultad se ha optado por trabajar para que los grados se aprueben con modificaciones leves. Como las optativas entran en el tercer y

cuarto curso, es algo que se presentará más adelante. Esto puede ser interesante sobre todo para el grado en FICO, para el que ya hay muestras de interés en este sentido. Se trata de un tema complejo y novedoso que puede afectar a muchos estudiantes, por lo que se prefiere no ir con prisas. Para ello, por el momento se ha hecho un planteamiento tradicional de titulaciones con prácticas en empresa.

La PDI Inmaculada Villanúa, coordinadora del Grado en Economía, quiere comentar una cuestión relativa a las menciones de esta titulación. Aclara que en el aplicativo no se permite vincularlas con las asignaturas, por lo que en el apartado de observaciones se ha indicado si eran obligatorias u optativas. Es una cuestión que depende del informático, por lo que está pendiente de solución.

Sin más intervenciones, se aprueban por asentimiento los proyectos formativos de los estudios de grado impartidos en la Facultad.

3. Ruegos y preguntas.

La PDI Sofía Jiménez comenta que, al existir mucha incertidumbre acerca de las asignaturas punto de control, estaría bien realizar alguna sesión informativa al respecto. La Decana comenta que, si bien hay cursos del CIFICE relacionados, así como los que se organizaron sobre trabajos en equipo e inteligencia artificial, estaría bien dar una charla general. La PDI Teresa Montaner, coordinadora del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, añade que el Vicerrectorado de Política Académica está preparando rúbricas para orientar acerca de cómo evaluar las competencias transversales.

El estudiante Roberto González procede a dar lectura de un escrito para tratar de dar visibilidad al problema de la escasa participación del estudiantado en los órganos de representación, el tiempo que debe dedicarse a la misma, y su reducido reconocimiento. Además, solicita que se tenga en cuenta al estudiantado a la hora de realizar las convocatorias de Junta ya que, como estudiantes pertenecientes a la Delegación, tienen derecho a ser atendidos y recibir facilidades para compatibilizar sus estudios y funciones. La Decana responde que se trabajará en estos temas, tratando de que la lista de Junta pase más rápido cuando hay renunciaciones, y aprovecha para agradecer su asistencia y compromiso.

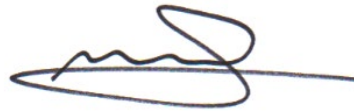
El PDI Millán Díaz interviene para comenzar respaldando a la Decana por las palabras del Rector en el Claustro celebrado el viernes anterior, en el que calificó a nuestro centro como díscolo. A continuación, solicita que en la siguiente Junta se incluya como punto del orden del día el Espacio ComUnizar Ibercaja. Considera inapropiado denominarlo con el nombre de una empresa comercial privada. El profesor secretario procede a leer el punto 2 del artículo 11 del Reglamento de la Facultad en el que se establece la solicitud por parte de cualquier miembro de la Junta de la

inclusión de un punto en el orden del día. Los PDI Marisa Ramírez y Fernando Rodrigo hacen sendas intervenciones en un sentido similar, a lo que la Decana responde que no cree que proceda incorporar como punto del orden del día realizar una reflexión, proponiendo Millán Díaz que se plantee la eliminación de los logos de Ibercaja.

El PDI Javier Montero, coordinador del Grado en ADE, al hilo del proceso de reforma de los grados, comenta que tiene la impresión de que estamos más al servicio de la burocracia que del estudiantado. La Decana responde que su intervención en Claustro iba en este sentido, a la vez que apunta a que la representación del estudiantado es la que más aguantó en la sesión. Concluye afirmando que es indudable que, al igual que a la EINA, a nuestro centro se le ve unido.

Se levanta la sesión a las diez horas y cuarenta y cinco minutos del día anteriormente reseñado, de la que como Secretario doy fe firmando la presente acta.

El Secretario,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.

Fdo.: Marcos Sanso Navarro

1. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Grado en Administración y Dirección de Empresas
Business Management

2. ÁMBITO Y RAMA DE CONOCIMIENTO

Ámbito de conocimiento
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Rama de conocimiento
Ciencias Sociales y Jurídicas

3. CENTRO o CENTROS DE IMPARTICIÓN

Centro
Facultad de Economía y Empresa (Zaragoza)

4. DATOS DE LA TITULACIÓN

Modalidad	Presencial
Título habilitante	No
Mención dual	No
Título conjunto	No

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO FORMATIVO DE LA TITULACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de formación. Las asignaturas **optativas** refieren al número de créditos ofertados. Las **prácticas externas** refieren a las prácticas obligatorias.

Tipo de formación	Créditos ECTS	N. de asignaturas
Formación básica (FB)	60	10
Obligatorias (OB)	126	21
Optativas a cursar (OP)	147	28
Prácticas externas obligatorias (PE)	0	0
Trabajo fin de grado (TFG)	6	1
Total créditos ECTS	339	60

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA TITULACIÓN**6.1 Conocimientos:**

CON-1. Explicar el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales.

- Explicar el significado y la razón de ser de la empresa. Definir e integrar los conceptos básicos en torno a la administración y dirección general de la empresa y de sus áreas funcionales.

- Es capaz de explicar la función de la empresa en la organización del sistema económico. Es capaz de explicar la diferencia entre un problema de decisión individual y un problema organizativo.
- Comprender las principales partes de un modelo de negocio y su funcionamiento
- Conocer y saber aplicar los fundamentos y técnicas de la contabilidad de gestión para las distintas tipologías de actividad y áreas funcionales de las organizaciones.
- Identificar con precisión las características que definen a la pequeña y mediana empresa (PYME), así como la problemática subyacente a este tipo de entidades que justifica su estudio por separado.
- Comprender los conceptos fundamentales de la economía social e identificar las características y principios de las entidades de economía social (cooperativas, empresas sociales, asociaciones, fundaciones, entre otras). Comprender el proceso de emprendimiento en las organizaciones de Economía Social y las características y motivaciones del emprendedor social.
- Es capaz de definir el concepto Sistema de Gestión Medioambiental de la empresa y de explicar los elementos básicos de su proceso de implementación.
- Adquirir el vocabulario específico de la práctica profesional para poder llevar a cabo una comunicación efectiva.
- Diagnosticar y argumentar los principales aspectos directamente vinculados con la gestión de la innovación en la empresa.
- Conocer las técnicas para el análisis automatizado de toma de decisiones, la gestión de procesos de negocio y de los distintos sistemas de información y redes sociales que pueden utilizarse para la creación de Valor. Conocer la importancia de la gestión de la información y las tecnologías de referencia para el éxito de las organizaciones.
- Comprender y aplicar las herramientas y técnicas de presupuestación para controlar y mejorar el análisis de la información en las distintas áreas funcionales, asegurando una toma de decisiones enfocada y alineada con los objetivos estratégicos
- Ofrecer una visión integrada y global de la gestión de proyectos.
- Conocer los conceptos básicos que componen las áreas de logística y cadena de suministro Analizar la gestión de aprovisionamiento y sistemas de almacenamiento Identificar los diferentes niveles de decisiones y sus implicaciones
- Explicar el origen, naturaleza económica, y razón de ser de la empresa en el sistema económico, así como su organización interna. Adquirir una visión general e integrada de las diferentes alternativas para la dirección y gestión de las organizaciones y de su incidencia sobre los intereses de todos los afectados por la acción empresarial, con especial hincapié en los efectos sustitución entre los diferentes aspectos de gestión.
- Conocer los problemas sociales que surgen en las empresas y el funcionamiento de las áreas funcionales que se ocupan de ellos

CON-2. Explicar el entorno en el que opera la organización y describir sus implicaciones para la toma de decisiones empresariales informadas.

- Introducir los conocimientos básicos sobre la influencia del entorno en la dirección de la empresa y la formulación de la estrategia.
- Comprender los conceptos y teorías que explican y analizan los factores de crecimiento de la economía española y sus principales sectores productivos Delimitar con precisión las principales macromagnitudes económicas Utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos
- Valorar el potencial de beneficios que ofrece un determinado sector industrial a partir del análisis de una serie de dimensiones básicas.
- Reflexionar sobre el dinamismo del entorno y su impacto sobre el proceso de creación de valor Comprender la importancia de la innovación para hacer frente a ese dinamismo del entorno Analizar las oportunidades y amenazas de un mercado (geográfico o de producto) para evaluar el potencial de los movimientos de diversificación
- Conocer el funcionamiento de las operaciones de una organización y su relación con las directrices estratégicas de la empresa.
- Identificar el impacto de los cambios tecnológicos, económicos y sociales en las distintas organizaciones y especialmente en el entorno de trabajo
- Identificar y analizar el grado de globalización sectorial. Identificar y evaluar las ventajas de localización de los mercados internacionales Diferenciar entre modelos de empresas internacionalizadas

- Es capaz de identificar los instrumentos económicos de protección del medio ambiente que afectan a la actividad de las empresas.
- Comprender el proceso de generación y difusión de innovaciones en el ámbito empresarial.
- Entender las tecnologías de la información como una oportunidad para crear valor en los negocios existentes. Entender las bases del comportamiento de los mercados de información.
- Identificar y describir los principales actores del ecosistema empresarial en Aragón, incluyendo instituciones, organizaciones de apoyo, inversores y emprendedores, describiendo sus roles y funciones dentro del sistema.
- Conocer las claves del momento económico internacional y su influencia en la economía española y, en consecuencia, sobre las empresas. Conocer y saber interpretar la información de los distintos indicadores económicos y estadísticos disponibles para el análisis de la coyuntura
- Conocer el proceso de planificación estratégica que permite resolver problemas internos y aprovechar oportunidades del entorno. Conocer técnicas para generar procesos de ideación.
- Conocer las implicaciones del transporte en la toma de decisiones logísticas y de la cadena de suministro. Profundizar en las nuevas tendencias de los procesos logísticos para alinearse con las exigencias del entorno. Integrar la sostenibilidad en la cadena de suministro Comprender la oportunidad que representa la economía circular
- Diagnosticar los problemas de gestión empresarial que surgen de la relación de la empresa con el entorno de no mercado con el que se relaciona.
- Conocer las principales dimensiones y agentes relevantes del contexto político, económico y cultural en que opera la organización Comprender como influye el entorno social sobre la gestión de la organización

CON-3. Explicar las estrategias competitivas y corporativas que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos a largo plazo y adaptarse a un entorno cambiante.

- Identificar el concepto de ventaja competitiva y manejar adecuadamente algunos indicadores que aproximan la creación de valor en la empresa, así como el papel que desempeña la estrategia en este proceso. En particular, distinguir con precisión entre beneficio contable y beneficio económico e identificar los diferentes niveles dentro de la estrategia de la empresa y las decisiones más relevantes en cada uno de ellos. Explicar en qué consisten las estrategias genéricas básicas, identificar sus fuentes y describir cómo se produce la generación de valor a partir de su ejecución.
- Comprender cómo las empresas basadas en plataformas crean valor y obtienen ventajas competitivas Comprender los movimientos de integración vertical de las empresas y sus movimientos de diversificación (geográfica y de producto) Conocer nociones básicas sobre la estrategia de internacionalización de las empresas
- Diseñar planes estratégicos para entidades de economía social, tomando en cuenta sus particularidades y las necesidades y expectativas de sus miembros y otras partes interesadas.
- Comprender y ser capaz de explicar la razón de ser de la internacionalización, sus causas y sus consecuencias. Conocer los elementos clave para el desarrollo de un proceso de internacionalización de la empresa y poder aplicarlos. Capacidad para planificar estrategias y resolver problemas de internacionalización, identificando para ello los factores relevantes.
- Conocer todos los elementos estratégicos para la gestión de proyectos.

CON-4. Explicar el funcionamiento de las operaciones de una organización y su optimización, así como la gestión de los recursos humanos.

- Identifica y es capaz de explicar los problemas organizativos básicos que surgen de la relación entre los individuos que forman parte de la organización.
- Aprender a gestionar eficazmente las decisiones operativas de la empresa, alineando los recursos disponibles con la evolución del entorno en el que opera la organización. Conocer y saber coordinar los distintos elementos de la cadena de valor, desde el aprovisionamiento hasta la entrega.
- Identificar la relevancia de la Dirección Estratégica de Personas en el contexto de la organización y su alineación con la estrategia de negocio
- Identificar el papel destacado que ocupa la tecnología y conocer tecnologías aplicadas en la cadena de suministro Profundizar en los sistemas para establecer pronósticos Establecer estrategias para mitigar los efectos de la incertidumbre en la cadena de suministro y el control de los procesos logístico.

CON-5. Interpretar los principios contables para elaborar y analizar estados financieros que reflejen la situación económica de la empresa.

- Conocer la Contabilidad como sistema de información básico para la adopción de decisiones, los usuarios de la información contable y los tipos de sistemas contables. Conocer el marco normativo general que regula la contabilidad financiera de las empresas en España y comprender los fundamentos, principios y conceptos básicos recogidos en el marco conceptual. Comprender las fases del ciclo contable y, a un nivel básico, las normas de registro y valoración, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y los acreedores y deudores de la actividad).
- Interpretar, valorar y representar contablemente, en el marco de la normativa contable española, los hechos económicos y financieros que surjan de la actividad económica de la empresa, especialmente los que afecten a activos no corrientes, fuentes de financiación y otros activos y pasivos distintos a los surgidos por operaciones de tráfico. Cuantificar el efecto económico de las operaciones empresariales en los resultados y en la situación financiera y patrimonial de la empresa. Diferenciar los elementos de los estados financieros incluidos en el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias en el formato establecido en la normativa española.
- Identificar las exigencias de la normativa mercantil y contable en torno a la elaboración y publicación de información financiera y no financiera por las empresas españolas, para conseguir la transparencia y comparabilidad de la información empresarial. Aprender a elaborar las Cuentas Anuales de acuerdo a la normativa vigente e interpretar el significado de las diferentes partidas que las configuran para obtener conclusiones sobre la situación económico-financiera de la empresa. Interpretar el contenido de otra información obligatoria para las empresas que habitualmente acompaña a las Cuentas Anuales, como el Informe de gestión, Informe de auditoría o Informe de sostenibilidad.
- Comprender la utilidad y las limitaciones del análisis financiero y económico, así como de otras fuentes de información, para apoyar la toma de decisiones empresariales, tanto internas como externas. Desarrollar habilidades para realizar análisis financiero y económico a corto y largo plazo, aplicando los resultados en la planificación operativa y estratégica de la empresa. Analizar la situación de la empresa en el mercado de valores y utilizar los resultados obtenidos del análisis financiero, económico y bursátil en la toma de decisiones empresariales.
- Interpretar los principios contables y presupuestarios para elaborar y analizar los estados financieros que reflejen la situación económico-patrimonial de las administraciones públicas.
- Saber interpretar y aplicar las normas y criterios de valoración relacionados con las combinaciones de negocios, atendiendo a las características de cada tipo de operación. Conocer, comprender y aplicar la normativa que regula la obligación de presentar estados financieros consolidados y el marco aplicable para su elaboración.

CON-6. Interpretar las finanzas de una empresa para tomar las mejores decisiones sobre inversión, estructura de financiación o gestión de riesgos.

- Analizar la rentabilidad y el coste de distintas alternativas de inversión y financiación.
- Evaluar y seleccionar inversiones aplicando distintos métodos y criterios de decisión, con el fin de tomar decisiones financieras informadas que generen valor sostenible. Identificar y evaluar diversas fuentes de financiación disponibles para una empresa, y determinar la opción más adecuada considerando factores como el coste, el riesgo y las necesidades de crecimiento.
- Interpretar las finanzas de una empresa para tomar decisiones financieras estratégicas fundamentadas, analizando su impacto en el riesgo y en la creación de valor y crecimiento sostenible. Interpretar las finanzas de una empresa para identificar y medir riesgos que afectan a su actividad, mediante técnicas adecuadas, así como proponer y utilizar los instrumentos financieros necesarios para su gestión.
- Reconocer las características y funcionamiento en la práctica de los diferentes mercados financieros, sus participantes y activos negociados. Analizar la información de los mercados de renta variable y derivados para la gestión y cobertura de estrategias de inversión.
- Evaluar las decisiones de financiación e inversión en mercados internacionales considerando las oportunidades y limitaciones del entorno global. Analizar el impacto de los tipos de cambio y los riesgos asociados a la estructura financiera de empresas con actividad internacional.

CON-7. Interpretar los fundamentos del márketing, comprender sus decisiones estratégicas e identificar las herramientas de la investigación de mercados.

- Comprender qué es el marketing y cuál es su alcance, función e importancia en las organizaciones. Identificar, analizar y evaluar las principales decisiones que toman las empresas respecto a los instrumentos del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
- Comprender adecuadamente las bases teóricas de la disciplina del marketing para la correcta toma de decisiones estratégicas que incrementen la rentabilidad empresarial. Demostrar los conocimientos necesarios para poder tomar decisiones estratégicas de marketing en contextos empresariales diversos. Conocer en profundidad las herramientas de investigación de mercados para asegurar la correcta toma de decisiones en mercados dinámicos.

- Comprender qué es la investigación de mercados y cuál es su alcance, función e importancia en las organizaciones.
- Aplicar los conocimientos de marketing y de otras áreas funcionales en un entorno de simulación Conocer herramientas de investigación de mercados y utilizarlas en un entorno de simulación Desarrollar estrategias adecuadas para comercializar distintos productos en distintos mercados en un entorno de simulación
- Conocer las principales extensiones del marketing en la era digital. Comprender la relevancia de las extensiones del marketing en la actividad de las organizaciones, así como sus instrumentos y herramientas. Comprender los potenciales mercados en términos de: tendencias, competencia, públicos objetivos y sus características demográficas, psicográficas y comportamentales.

CON-8. Describir el comportamiento de los mercados y la interacción entre oferta y demanda para tomar decisiones económicas informadas.

- Describir e identificar los cambios que se producen en el comportamiento de los agentes económicos y su interacción ante cambios en el entorno.
- Plantear y obtener el equilibrio de mercado y el bienestar de los agentes económicos.

CON-9. Interpretar las variables macroeconómicas, sus interrelaciones y sus implicaciones en el funcionamiento de la economía.

- Analizar las principales macromagnitudes económicas para comprender su influencia en el entorno económico. Identificar las interrelaciones entre las variables macroeconómicas a corto plazo, y cómo estas afectan a las decisiones empresariales.
- Identificar las principales variables macroeconómicas relativas al mercado doméstico y al sector exterior que afectan a la toma de decisiones de las empresas. Evaluar cómo la inflación, el desempleo y las fluctuaciones en el mercado de divisas influyen en el entorno económico de las empresas. Identificar los factores que impulsan el crecimiento económico a largo plazo y su importancia para el entorno en el que operan las organizaciones.

CON-10. Describir las características y las funciones de las instituciones económicas.

- Entender los cambios históricos multicausales.
- Comprender los conceptos y teorías que explican y analizan los aspectos institucionales de la economía española: mercado laboral, financiero, sector público Delimitar y comprender las consecuencias de la inserción española en las instituciones europeas. Manejar e interpretar adecuadamente los informes de las principales instituciones económicas nacionales e internacionales
- Explicar el rol de las instituciones económicas clave, como bancos centrales y gobiernos, en la regulación de los mercados de bienes y dinero. Evaluar el impacto de las políticas monetarias y fiscales implementadas por las instituciones económicas competentes.
- Analizar el papel de los bancos centrales en la gestión de la inflación y explicar cómo las autoridades fiscales condicionan la actividad económica tanto a corto como a medio plazo. Describir cómo las autoridades responsables actúan en los mercados de divisas, y cómo sus decisiones afectan a la toma de decisiones en un entorno internacional.

CON-11. Describir las herramientas matemáticas, estadísticas, econométricas y decisionales necesarias para conseguir el desarrollo óptimo de instrumentos para el análisis de datos.

- Conocer las técnicas y los conceptos matemáticos de aplicación en la administración de empresas.
- Conocer el papel y la contribución de la Estadística y la Ciencia de Datos en la toma científica de las decisiones. Definir conceptos básicos de probabilidad y aplicar los teoremas fundamentales para la resolución de problemas sencillos del Cálculo de Probabilidades y del Análisis Estadístico de las Decisiones.
- Comprender y emplear la probabilidad como una medida de incertidumbre de los fenómenos económicos. Emplear y planificar métodos de muestreo para extraer información de un fenómeno económico
- Describir las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el uso óptimo de los instrumentos para el análisis de datos relacionados con la empresa y la economía en general.
- Conocer las diferentes aproximaciones científicas seguidas a lo largo de la historia para abordar la resolución científica de los problemas económico-empresariales
- Seleccionar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el uso óptimo de los instrumentos para el análisis de datos.

CON-12. Describir y aplicar el régimen jurídico que afecta a la empresa e instituciones, y el impacto que tiene la regulación en el desarrollo de su actividad.

- - Identificar los conceptos jurídicos mercantiles esenciales para el desenvolvimiento en el mercado (persona física y jurídica, representación, responsabilidad, patrimonio, empresa y empresario). - Conocer los distintos tipos de sociedades mercantiles (en especial la SA y SRL) y su régimen jurídico. - Conocer el tratamiento jurídico de los estados de crisis empresarial.
- Identifica correctamente los principales impuestos que afectan a la actividad empresarial dentro del esquema global Utiliza con corrección la terminología tributaria Maneja e interpreta adecuadamente la legislación fiscal
- Familiarizarse con los aspectos más relevantes de la contratación mercantil, dentro de los cuales se puede destacar la teoría general de obligaciones y contratos mercantiles, los contratos de gestión de negocios ajenos y de distribución comercial, el contrato de transporte y la contratación en los mercados financieros.
- Capacidad para buscar, conocer y comprender tanto el contenido de la normativa nacional reguladora de las relaciones laborales en la empresa en el marco de los Tratados Internacionales ratificados por España en materia social y, sobre todo, del Derecho Social Comunitario, como su aplicación para la resolución de diferentes problemas que se puedan plantear en la empresa. Conocer y comprender críticamente la regulación jurídica del contrato de trabajo y sus diferentes modalidades y otras condiciones de trabajo, así como la modificación, suspensión y extinción del contrato.

6.2 Habilidades:

HAB-1. Dirigir, gestionar y administrar empresas y organizaciones.

- Identificar y describir las características básicas y el alcance de las diferentes funciones directivas en la empresa.
- ¿ Es capaz de comprender los problemas de coordinación y de incentivos que surgen en diferentes contextos organizativos, determinados por la situación de información y la relación entre los objetivos de los participantes.
- Realizar recomendaciones a empresas y organizaciones que contribuyan a la creación de valor.
- Defender, frente al resto de compañeros, la adecuación de ciertas acciones estratégicas para un caso empresarial o contexto industrial concreto
- Dirigir, gestionar y administrar el departamento de operaciones de una empresa en consonancia con el resto de departamentos y dirección de la empresa
- Elaborar un plan de negocio en toda su extensión, siendo capaz de determinar cuáles son las relaciones de causalidad entre las viabilidades que componen dicho plan de negocio (viabilidad estratégica, viabilidad comercial, viabilidad técnica y viabilidad económico-financiera).
- Conoce el concepto de proactividad medioambiental y es capaz de aplicarlo para discriminar entre diferentes comportamientos empresariales estratégicos.
- Dirigir la actividad innovadora de una empresa u organización.
- Dirigir, gestionar y administrar empresas y organizaciones.
- Analizar y plantear modelos de negocio, para impulsar el valor y la innovación en su entorno de trabajo. Ser un profesional que combine el conocimiento del negocio, tecnologías de Big Data, y habilidades analíticas avanzadas para impulsar la toma de decisiones y mejoras de rendimiento de cualquier organización. Aplica las técnicas para el análisis automatizado de toma de decisiones, la gestión de procesos de negocio y de los distintos sistemas de información y redes sociales. Crear nuevas estructuras organizativas en base a nuevas oportunidades de negocio y mercados que los mercados de información ofrecen.
- Gestionar proyectos de modo eficiente, entender su ciclo de vida, alcance, recursos y costes. Ofrecer una versión aplicada de la toma de decisiones a través de la realización de un ejercicio de simulación.
- Aplicar las herramientas de la calidad total (GCT-TQM, EFQM) a la gestión integral de empresas y organizaciones. Profundizar en el origen, desarrollo y funcionamiento de las alternativas de Gobierno Corporativo, y su incidencia en términos privados y sociales. Profundizar en diferentes alternativas para la dirección y gestión de las organizaciones desde la responsabilidad social y el buen gobierno. Profundización en el papel de los elementos culturales en la gestión de organizaciones. Aplicación de la Ética a la dirección y gestión de organizaciones.
- Adquirir destrezas relevantes para la dirección de personas y la gestión de equipos

HAB-2. Desempeñar labores de gestión en cualquiera de las áreas funcionales de la empresa.

- Conocer las decisiones más importantes vinculadas a la dirección de la producción, dirección financiera y dirección de recursos humanos dentro de una empresa.

- Capacidad para desarrollar, implementar y controlar decisiones relacionadas con el marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
- Aplicar técnicas de valoración financiera para la toma de decisiones empresariales
- Comprender la importancia de las principales áreas funcionales (I+D, marketing) en el proceso de creación de valor
- Elaboración y análisis de informes para fines de gestión en función de distintos destinatarios y área funcionales de las empresas. Cálculo y análisis de los costes según los principales objetivos de la gestión de las entidades.
- Conocer la utilidad de las distintas metodologías de la investigación de mercados, su potencial y sus limitaciones Aplicar el proceso de la investigación de mercados y sus diferentes fases. Desarrollar actividades relacionadas con la investigación de mercados y planificar las mismas para la mejor consecución de los objetivos fijados y la optimización del tiempo. Ser capaz de transferir los conocimientos, las ideas y los resultados de una investigación a los responsables de tomar decisiones. Desarrollar, presentar y defender un proyecto en el ámbito de la Investigación de Mercados.
- Tomar decisiones en las áreas funcionales de la empresa para comercializar productos en un entorno competitivo y con tiempo limitado Conocer las consecuencias de las decisiones tomadas y valorar los resultados obtenidos en un entorno dinámico
- Desempeñar labores de gestión en cualquiera de las áreas funcionales de la empresa.
- Desarrollar la capacidad de definir, implementar y monitorizar KPIs específicos que reflejen el desempeño y la eficiencia de cada área funcional, asegurando que las operaciones estén alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa. Adquirir habilidades para diseñar y llevar a cabo procesos de control interno, así como auditorías operativas, con el fin de identificar oportunidades de mejora, garantizar la conformidad con políticas y procedimientos internos, y optimizar la eficiencia operativa.
- Desempeñar labores de gestión en cualquiera de las áreas funcionales de la empresa, incidiendo especialmente en el área de logística y cadena de suministro.

HAB-3. Valorar la situación y la evolución previsible de empresas y organizaciones, tomar decisiones informadas y extraer el conocimiento relevante.

- Es capaz de describir los elementos clave que los agentes económicos consideran en los procesos de toma de decisiones que determinan sus conductas en el seno de las organizaciones.
- Aplicar los contenidos a la resolución de casos o supuestos prácticos obtenidos de la realidad económica Tomar decisiones atendiendo a las conclusiones derivadas de los análisis realizados Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios, y en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía española en diferentes momentos del tiempo
- Identificar cómo cambia la solución de los problemas de decisión de los agentes económicos cuando se producen cambios en el entorno.
- Realizar un diagnóstico de la realidad interna de la empresa, detectar tanto sus puntos débiles como los fuertes e identificar aquellos recursos y capacidades susceptibles de ser fuente de una ventaja competitiva sostenible.
- Analizar la relación entre dos variables estadísticas distinguiendo por el tipo de variable (cualitativa /cuantitativa) e identificar patrones de comportamiento cuantitativos y cualitativos.
- Identificar cómo las fluctuaciones en las macromagnitudes afectan a la planificación estratégica de las empresas. Evaluar el impacto de las políticas fiscales y monetarias y cualquier otro cambio a escala macroeconómica para anticipar cambios en el entorno económico y proponer decisiones empresariales fundamentadas.
- Identificar el tipo de competencia en el que opera la empresa y comprender el cálculo del equilibrio de mercado en cada caso.
- Aplicar diferentes herramientas estratégicas para analizar los escenarios a los que se han enfrentado empresas reales Valorar la adecuación de diferentes decisiones estratégicas para cada uno de los escenarios analizados Analizar los resultados obtenidos por las empresas tras las decisiones tomadas en cada contexto
- Analizar el efecto de las posibles perturbaciones macroeconómicas sobre la evolución del entorno económico en los diferentes horizontes temporales y en un marco de economía abierta. Explicar el impacto de las políticas fiscales, monetarias y cambiarias sobre la competitividad internacional de las organizaciones y su influencia sobre las estrategias empresariales a corto plazo. Anticipar tendencias económicas que puedan impactar en el desempeño de las empresas a largo plazo.

- Valorar la situación y la evolución previsible de la empresa, su estrategia y su entorno, y tenerlo en cuenta para extraer el conocimiento relevante y tomar decisiones informadas sobre sus operaciones presentes y futuras.
- Aplicar herramientas básicas de Dirección de personas (Diseño de puestos de trabajo, inversión en personas, compensación estratégica) con el objetivo de tomar decisiones en la organización
- Utilizar modelos financieros para valorar la estructura financiera de una empresa y las políticas de distribución de beneficios. Utilizar modelos financieros para valorar las situaciones de riesgo a las que se encuentra expuesta la empresa y el impacto potencial sobre su crecimiento sostenible.
- Valorar la situación y la evolución previsible de empresas y organizaciones, tomar decisiones informadas y extraer el conocimiento relevante.
- Aplicar modelos y técnicas para la valoración de los mercados y que permitan tomar decisiones adecuadas en el proceso de internacionalización de la empresa. Identificar fuentes de información fiables para la toma de decisiones.
- Diagnosticar y evaluar los objetivos, las barreras y los resultados de la innovación. Profundizar en el papel de las emociones, rasgos de personalidad, y parámetros -individuales y grupales- que determinan el éxito o fracaso en la actividad innovadora.
- Implementar técnicas de valoración de empresas para identificar posibilidades de inversión.
- Analizar y plantear modelos de negocio, para impulsar el valor y la innovación en su entorno de trabajo. Tomar decisiones estratégicas en el entorno de los mercados de información.
- Analizar las interacciones entre los diferentes actores del ecosistema emprendedor y cómo estas relaciones influyen en la creación y desarrollo de nuevas empresas en la región, usando ejemplos locales.
- Diseñar estrategias de inversión, financiación y gestión de riesgos financieros internacionales fundamentadas en análisis de datos y proyecciones.
- Realizar seguimiento y medición del desempeño del proyecto.
- Valorar la situación y la evolución previsible de empresas y organizaciones, tomar decisiones informadas y extraer el conocimiento relevante, para lograr mayor efectividad (eficiencia y eficacia) en la cadena de suministro
- Evaluar el desempeño empresarial desde las expectativas de los diferentes grupos de interés que se relacionan con la empresa.

HAB-4. Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales.

- Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas en el ámbito jurídico.
- Formular e interpretar los estados financieros y las normas para la su elaboración a nivel básico, especialmente, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Argumentar los fundamentos microeconómicos que justifican la elección de los agentes.
- Registrar y estructurar la información económica necesaria para elaborar, a nivel básico, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias conforme a las normas contables vigentes.
- Argumentar cómo cambia el equilibrio y el bienestar de los agentes económicos cuando cambia su comportamiento.
- Trabajar casos reales de empresas y realizar asesoramiento sobre las acciones estratégicas que podrían realizar esas empresas para superar la situación a la que se enfrentan
- Analizar la función financiera en la empresa, identificar las principales funciones del departamento financiero y cómo esta función contribuye al éxito general de la empresa. Reconocer el marco institucional y los mercados financieros, analizar el sistema financiero y su interacción con las empresas para tomar decisiones fundamentadas.
- Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales.
- Aplicar modelos y técnicas para la valoración de determinados mercados y empresas reales
- Aplicar los criterios contables para contabilizar las fusiones y escisiones de empresas. Saber elaborar un balance consolidado y una cuenta de pérdidas y ganancias consolidada, e interpretar la información contenida en ellos.

- Desarrollar y aplicar diferentes medidas para las actividades de innovación a casos concretos. Identificar y desarrollar las actividades básicas en la gestión de la innovación a casos concretos. Identificar, desarrollar y aplicar diversas herramientas para la gestión de la innovación a casos concretos.
- Ser un profesional dinámico, capaz de recopilar, analizar, interpretar y transformar los datos en decisiones de Dirección.
- Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas en el ámbito jurídico
- Capacidad para valorar la situación y la evolución previsible de empresas, organizaciones y contextos, tomar decisiones y extraer el conocimiento relevante en el ámbito del Derecho del Trabajo.
- Valorar la viabilidad general de las empresas del ecosistema aragonés sobre la base del estudio de las visitas de campo realizadas y recibidas en el aula.
- Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales

HAB-5. Aplicar criterios profesionales y de rigor científico a la resolución de los problemas económicos, empresariales y organizacionales.

- Aplicar técnicas y modelos sencillos para la resolución de problemas en las áreas de producción, financiera y de recursos humanos, identificando para ello las variables relevantes.
- Comprender la importancia de la aplicación del rigor científico y las normas deontológicas en el desarrollo de su actividad profesional.
- Ser capaz de tener rigor en los planteamientos, desarrollos y conclusiones matemáticas de aplicación en los asuntos de administración de empresas.
- ¿ Es capaz de proponer diferentes mecanismos para la resolución de los problemas organizativos básicos que surgen en el seno de las organizaciones.
- Aplicar el método de la partida doble y las técnicas de registro en libros diarios y mayores. Aplicar las normas de registro y valoración de la información de la actividad económico-financiera de las organizaciones a un nivel básico, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y los acreedores y deudores de la actividad).
- Empleo correcto del lenguaje económico para describir los fenómenos microeconómicos y comprender el método de trabajo del análisis económico.
- Aplicar a un nivel intermedio las normas de registro y valoración a transacciones y otros hechos económicos que afectan a la situación económico-financiera de las organizaciones. Aplicar razonamiento lógico y principios contables en la identificación y resolución de problemas económico-financieros, asegurando la precisión, coherencia y conformidad con la normativa contable vigente.
- Desarrollar análisis basados en modelos económicos para formular estrategias empresariales alineadas con el entorno macroeconómico. Proponer recomendaciones referentes a la planificación empresarial ante diversos escenarios basándose en el impacto de las posibles perturbaciones macro-económicas a las que está expuesta.
- Describir y explicar la estructura del mercado de acuerdo con los diferentes tipos de competencia.
- Resolver problemas financieros aplicando herramientas de valoración financiera.
- Identificar las relaciones que se establecen entre las distintas partidas que configuran los principales estados financieros e interpretar la información empresarial con el fin de evaluar el impacto social y económico de las decisiones empresariales. Determinar el objetivo y significado de cada uno de los documentos que componen la información corporativa, para quede de manifiesto su utilidad para la toma de decisiones.
- Obtener, con apoyo de las TIC, los resultados estadísticos necesarios para estimar o contrastar afirmaciones sobre los datos analizados, midiendo las garantías de las decisiones adoptadas.
- Resolver problemas relacionados con desequilibrios macroeconómicos utilizando el modelo dinámico de oferta y demanda agregadas. Evaluar los factores que afectan al crecimiento económico a largo plazo basándose en el modelo de Solow. Diseñar estrategias empresariales considerando el impacto de los cambios en el mercado de divisas mediante el análisis del modelo Mundell-Fleming.
- Aplicar criterios profesionales y de rigor científico en la especificación, estimación, chequeo y uso de los modelos econométricos.
- Utilizar herramientas y técnicas avanzadas de análisis financiero para tomar decisiones óptimas de inversión y financiación en las organizaciones.

- Aplicar criterios profesionales y de rigor científico a la resolución de los problemas que se presenten en el área de operaciones de una organización
- Aplicar métodos de investigación cuantitativa y cualitativa para gestionar de forma adecuada los riesgos financieros en la empresa, para desarrollar soluciones prácticas, incorporando criterios éticos y profesionales. Identificar y analizar nuevos instrumentos financieros para la gestión de los riesgos en la empresa. Integrar criterios de sostenibilidad en el proceso de toma de decisiones financieras.
- Aplicar criterios profesionales y de rigor científico a la resolución de los problemas económicos, empresariales y organizacionales.
- Valorar la viabilidad general de una empresa sobre la base del estudio del plan de negocio y estar en disposición de hacer recomendaciones encaminadas a determinar cuáles son los límites que condicionan dicha viabilidad.
- Manejar herramientas decisionales tradicionales con una orientación cognitiva acorde con la visión holística de la realidad.
- Desarrollar habilidades para la toma de decisiones éticas, considerando los valores y principios que rigen las organizaciones.
- Conoce las herramientas disponibles para la certificación de los Sistemas de Gestión Medioambiental y es capaz de razonar acerca de las ventajas de tal certificación.
- Saber identificar las distintas modalidades de combinaciones de negocios y conocer su impacto en la contabilidad de las sociedades participantes. Saber identificar la existencia de un grupo de empresas, sus características y sus obligaciones de suministro de información contable. Conocer y comprender el proceso de elaboración de la información consolidada.
- Aplicar criterios profesionales y de rigor científico en la utilización de los métodos científicos dependiendo del tipo de datos a utilizar.
- Aplicar criterios profesionales y de rigor científico a la resolución de los problemas económicos, empresariales y organizacionales en el ámbito jurídico.
- Seleccionar los productos financieros adecuados para la solución de problemas financieros en mercados internacionales.
- Redactar informes razonados con valoración crítica de la gestión de empresas y organizaciones y sus afecciones sobre los diferentes grupos de interés.

HAB-6. Demostrar capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las empresas u organizaciones.

- Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de empresas u organizaciones.
- Conocer y aplicar las técnicas estadísticas inferenciales con el objeto de tomar decisiones con rigor científico.
- Integrar y aplicar conocimientos de distintas áreas en proyectos comerciales. Colaborar y comunicarse eficazmente en equipos multidisciplinares. Desarrollar soluciones creativas en entornos empresariales diversos.
- Comunicar de forma oral, visual y escrita los resultados de las actividades propuestas aprendiendo a planificar los mismos, optimizar el tiempo y trabajar con objetivos de resultados, KPIs y producción concretos
- Demostrar capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las empresas u organizaciones.
- Comprender el proceso de creación de una empresa y conocer las etapas a cubrir en dicha creación.
- Ser capaz de elaborar informes teniendo en cuenta las interrelaciones que se producen entre las distintas áreas funcionales de la empresa en un entorno de simulación comercial
- Gestionar los equipos de personas de las entidades de economía social, fomentando la participación y el compromiso de los miembros y otros trabajadores.
- Interpretar de forma crítica y presentar textos relativos al ámbito empresarial en contextos internacionales en forma oral y escrita. Aprender a dar retroalimentación de manera constructiva.
- Desarrollar la habilidad de coordinar y gestionar equipos compuestos por personas con diferentes habilidades, garantizando la integración eficaz de diferentes perspectivas y conocimientos para alcanzar objetivos comunes.
- Capacidad para comprender y aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de los problemas económicos, empresariales y organizacionales en el ámbito del Derecho del Trabajo

- Aplicar herramientas de inteligencia artificial para analizar y resolver problemas financieros complejos, apoyando la toma de decisiones en proyectos multidisciplinares de la empresa.
- Integrar un flujo continuo de decisiones y resultados a nivel de funciones, negocios y programas.
- Ser capaz de recopilar, organizar, analizar y comunicar la información relevante sobre tendencias en los mercados para la toma de decisiones. Ser capaz de recopilar, organizar, analizar y comunicar la información relevante sobre el entorno y la competencia para la toma de decisiones. Ser capaz de recopilar, organizar, analizar y comunicar la información relevante sobre públicos objetivos y sus características demográficas, psicográficas y comportamentales. Desarrollar, presentar y defender un proyecto de investigación y obtener conclusiones para la gestión empresarial.
- Manejar fuentes de información relevantes sobre problemas sociales en las empresas Valorar y gestionar las diferencias culturales presentes en la gestión de las relaciones laborales en las empresas

HAB-7. Manejar las fuentes de datos y realizar un análisis de la información través de las tecnologías de la información, aplicando las técnicas, métodos e instrumentos que sean necesarios para aportar soluciones a los problemas de la realidad empresarial.

- Definir, caracterizar y calcular las medidas estadísticas descriptivas básicas para sintetizar la posición, la dispersión y la forma de la distribución de frecuencias de un conjunto de datos univariantes. Ser capaz de manejar los números índices más utilizados en Economía e interpretar los resultados obtenidos.
- Utilizar hojas de cálculo para evaluar operaciones financieras
- Identificar las principales fuentes de datos de información empresarial, tanto financiera como no financiera, que puedan resultar relevantes para el análisis de la situación económica y financiera de la empresa. Evaluar la adecuación de datos recopilados a las exigencias normativas
- Identificar y seleccionar fuentes de datos financieras pertinentes y adecuadas para el análisis empresarial. Interpretar los resultados del análisis de datos para proponer soluciones a problemas financieros en el ámbito empresarial.
- Manejo de los datos y uso de herramientas informáticas necesarias para la aplicación de las técnicas econométricas a los datos de la empresa o de la economía en general.
- Búsqueda, selección y análisis de la información económico-financiera interna necesaria para la gestión y su tratamiento a través de herramientas y tecnologías de la información.
- Identificar las distintas fuentes de información y ser capaz de seleccionar las más adecuadas en función de los objetivos y el contexto de la investigación. Comprender las posibilidades de las TIC para la investigación de mercados y saber aprovecharlas de forma eficiente y eficaz.
- Manejar las fuentes de datos y realizar un análisis de la información través de las tecnologías de la información, aplicando las técnicas, métodos e instrumentos que sean necesarios para aportar soluciones a los problemas de la realidad empresarial.
- Utilizar tecnologías de información para guardar, analizar e interpretar los datos que se generan al tomar decisiones y observar las consecuencias de las mismas
- Utilizar software relevante para su práctica profesional para la comunicación oral y escrita. Familiarizarse con tipos de texto profesionales en entornos digitales y con su lenguaje específico.
- Manejo de distintas fuentes de datos, uso de herramientas informáticas y de las metodologías econométricas más adecuadas dependiendo del tipo de datos disponible.
- Utilizar plataformas digitales y bases de datos internacionales para recopilar y analizar información relevante en la toma de decisiones financieras.
- Identificar y evaluar diversas fuentes de datos relevantes para las finanzas, considerando su calidad, fiabilidad y aplicabilidad en el contexto empresarial.
- Identificar, recolectar y analizar fuentes de información secundarias relevantes para una determinada necesidad de información. Utilizar las principales herramientas de software disponibles para la recolección de información tanto primaria como secundaria. Utilizar las principales herramientas de software disponibles para el análisis de datos. Interpretar los resultados y extraer conclusiones relevantes.

HAB-8. Aplicar e incorporar las circunstancias del entorno económico, jurídico e institucional en la toma de decisiones de las empresas y organizaciones.

- Comprender las políticas económicas en relación con el crecimiento económico y el desarrollo humano.
- Ser capaz de buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y datos jurídicos (boletines oficiales, jurisprudencia, resoluciones de distintas instituciones públicas...).

- Integrar los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a instituciones y empresas en el análisis de la coyuntura económica española
- Plantear y resolver los modelos de optimización tanto de consumidores como de productores.
- Realizar un diagnóstico de la realidad externa de la empresa, detectando tanto oportunidades como amenazas e identificar su impacto en la toma de decisiones y resultados de las empresas.
- Evaluar cómo las políticas fiscales y monetarias afectan el entorno empresarial y su estrategia operativa a corto plazo. Incorporar el análisis de las condiciones macroeconómicas nacionales en la toma de decisiones empresariales.
- Describir y predecir los cambios sobre el equilibrio y el bienestar de los agentes que puede producir una intervención gubernamental.
- Incorporar el análisis de la inflación y del mercado de trabajo en la toma de decisiones estratégicas empresariales en un contexto de economía cerrada. Evaluar cómo las condiciones macroeconómicas internacionales afectan a las operaciones de empresas en los diferentes horizontes temporales. Integrar el análisis de las políticas económicas en la planificación empresarial en un entorno internacional.
- Comprender el impacto de las variables económicas, jurídicas e institucionales en la situación financiera de las empresas, identificando factores clave para apoyar decisiones estratégicas informadas y adaptables.
- Adaptar las decisiones estratégicas empresariales a entornos comerciales altamente dinámicos. Realizar un seguimiento exhaustivo de la evolución de los mercados a través de la búsqueda constante de información para revisar las decisiones adoptadas y valorar posibles cambios estratégicos.
- Delimita con precisión los elementos cualitativos de la obligación tributaria. Cuantifica correctamente las obligaciones tributarias. Toma decisiones atendiendo a sus implicaciones tributarias. Integra los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a empresas en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Aplica los contenidos a la resolución de casos o supuestos prácticos obtenidos de la realidad económica. Adapta los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones fiscales. Maneja las herramientas electrónicas que facilita la AEAT para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Capacidad para poder discriminar el tipo de cálculo e información a elaborar en función del objetivo que se busque en el proceso de toma de decisiones.
- Reconocer el cambio en las organizaciones e identificar herramientas básicas para gestionarlo, posicionando a las personas como emprendedores corporativos impulsando la innovación abierta.
- Detectar la influencia que la evolución del entorno puede tener en la actividad comercial de la empresa y en sus resultados.
- Aplicar e incorporar las circunstancias del entorno económico, jurídico e institucional en la toma de decisiones de las empresas y organizaciones.
- Analizar el impacto de las operaciones contables y presupuestarias en los estados financieros de las administraciones públicas, en la rendición de cuentas y la toma de decisiones. Incorporar un sistema informático específico de contabilidad pública, que personalice las diferentes operaciones del entorno económico y presupuestario de las administraciones públicas.
- Analizar e interpretar la información económica generada en la simulación, para tenerla en cuenta en las decisiones tomadas para comercializar productos.
- Seguimiento de los acontecimientos a través de la información periódica publicada en medios de comunicación profesionales y/o divulgativos y valoración de su impacto en las decisiones de internacionalización.
- Es capaz de interpretar la política de gestión medioambiental de las empresas como una medida de responsabilidad social corporativa que trata de satisfacer las necesidades de diferentes grupos de interés.
- Aplicar e incorporar las circunstancias del entorno económico, jurídico e institucional en la toma de decisiones de las empresas y organizaciones en el ámbito del Derecho del Trabajo.
- Analizar y reflexionar sobre las experiencias de emprendedores o empresarios aragoneses, extrayendo lecciones sobre los desafíos y éxitos que han enfrentado, así como las estrategias que han utilizado para desarrollar sus proyectos.
- Saber interpretar las diferentes políticas económicas aplicables (fiscales o monetarias, de demanda o de oferta, de corto o largo plazo), así como sus efectos sobre la actividad de las empresas. Ser capaz de interpretar adecuadamente la información económica disponible en los informes de coyuntura que publican las instituciones más relevantes del ámbito nacional e internacional. Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios y, en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía mundial en diferentes momentos del tiempo.

- Aplicar e incorporar las circunstancias del entorno económico, jurídico e institucional en la toma de decisiones de las empresas y organizaciones, siendo capaz de identificar las tendencias emergentes en el área de logística y cadena de suministro.

6.3 Competencias:

CTR-1. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

- 1. Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. 2. Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas. 3. Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. 4. Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.
- Que un profesional de la empresa desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- 1. Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. 2. Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas. 3. Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. 4. Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.

CTR-2. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

- Que un profesional de la empresa pueda colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- 1. Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. 2. Cooperar con personas con un fin unánime. 3. Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. 4. Identificar los posibles roles dentro del equipo.
- 1. Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. 2. Cooperar con personas con un fin unánime. 3. Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. 4. Identificar los posibles roles dentro del equipo.

CTR-3. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

- Que un profesional de la empresa razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- Que un profesional de la empresa razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate
- 1. Profundizar en un tema que implique varias lógicas distintas, sabiendo limitar la extrapolación directa de los conceptos, metodologías e informaciones en las que hemos sido entrenados. 2. Identificar las diferencias y modos de construcción de lo que se consideran hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. 3. Identificar y evaluar posibles consecuencias de nuestras decisiones, así como proponer alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.
- Que un profesional de la empresa razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- 1. Profundizar en un tema que implique varias lógicas distintas, sabiendo limitar la extrapolación directa de los conceptos, metodologías e informaciones en las que hemos sido entrenados. 2. Identificar las diferencias y modos de construcción de lo que se consideran hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. 3. Identificar y evaluar posibles consecuencias de nuestras decisiones, así como proponer alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.

CTR-4. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

- Que un profesional de la empresa comprenda y regule las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.
- Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas.
- 1. Identificar las emociones que suceden en el interior de cada uno para saber gestionarlas adecuadamente afrontando el estrés y la frustración. 2. Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas. 3. Presentar una actitud positiva y constructiva ante las diferentes situaciones.

CTR-5. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

- Que un profesional de la empresa diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- 1. Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. 2. Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. 3. Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.
- 1. Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. 2. Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. 3. Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.
- Que un profesional de la empresa utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

CTR-6. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

- Que un profesional de la empresa utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- 1. Acceder a distintas fuentes de información y recursos disponibles cuestionando para aprender. 2. Iniciar el aprendizaje y persistir en él para gestionar el tiempo y la información eficazmente. 3. Utilizar de manera segura y crítica las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. 4. Diseñar y desarrollar estrategias de aprendizaje propias para ampliar lo aprendido según las necesidades personales y profesionales.
- Que un profesional de la empresa utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal. Además, se plantean dos competencias adicionales:

CTR-7. Comunicación oral y escrita. Saber comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.

- Que un profesional de la empresa sea capaz de comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.

CTR-8. Tecnología y Digitalización. Manejar diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.

- Que un profesional de la empresa sea capaz de manejar diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.
- Elaborar documentos digitales de calidad de modo eficiente, integrando información textual, numérica, gráfica, procedente de diversas fuentes. Realizar tratamiento avanzado de datos con hoja de cálculo: Cálculos y representaciones gráficas, simulación, tablas dinámicas, macros. Publicación y difusión de contenidos. Diseñar y crear publicaciones, incluyendo edición de imagen. Sitios web. Crear formularios online. Gestión de respuestas. Adquirir conocimientos y buenas prácticas en el uso de las TIC que les capacite para hacer una utilización segura, ética, eficiente, legal y responsable de la tecnología y los datos informáticos en su entorno profesional.

7. ESTRUCTURA DE LA TITULACIÓN

Módulo	Formación básica (63 ECTS)
Matería	Contabilidad (6 ECTS)
Asignaturas	Fundamentos de Contabilidad (6 ECTS)
Matería	Derecho (6 ECTS)
Asignaturas	Introducción al derecho mercantil (6 ECTS)

Matería	Economía Aplicada (12 ECTS)
Asignaturas	Historia económica y Economía mundial (6 ECTS)
	Economía española (6 ECTS)

Matería	Instrumentos para el análisis económico (15 ECTS)
Asignaturas	Matemáticas para la empresa I (6 ECTS)
	Matemáticas para la empresa II (6 ECTS)
	Competencias digitales (3 ECTS)

Matería	Marketing (6 ECTS)
Asignaturas	Fundamentos de marketing (6 ECTS)

Matería	Organización de empresas (12 ECTS)
Asignaturas	Fundamentos de ADE (6 ECTS)
	Diseño organizativo (6 ECTS)

Matería	Teoría económica (6 ECTS)
Asignaturas	Microeconomía I: consumo y producción (6 ECTS)

Módulo	Formación obligatoria (132 ECTS)
---------------	----------------------------------

Matería	Contabilidad (24 ECTS)
Asignaturas	Contabilidad financiera (6 ECTS)
	Estados financieros (6 ECTS)
	Análisis de la información financiera (6 ECTS)
	Contabilidad de gestión (6 ECTS)

Matería	Economía Aplicada (6 ECTS)
Asignaturas	Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)

Matería	Estrategia empresarial (18 ECTS)
Asignaturas	Dirección estratégica I (6 ECTS)
	Dirección estratégica II (6 ECTS)
	Emprendimiento (6 ECTS)

Matería	Finanzas (18 ECTS)
----------------	--------------------

Asignaturas	Análisis y valoración de operaciones financieras (6 ECTS)
	Finanzas de empresa I (6 ECTS)
	Finanzas de empresa II (6 ECTS)
Materia	Instrumentos para el análisis económico (6 ECTS)
Asignaturas	Econometría: análisis y tratamiento de datos (6 ECTS)
Materia	Marketing (12 ECTS)
Asignaturas	Dirección de marketing (6 ECTS)
	Investigación de mercados (6 ECTS)
Materia	Métodos cuantitativos (12 ECTS)
Asignaturas	Estadística y ciencia de datos I (6 ECTS)
	Estadística y ciencia de datos II (6 ECTS)
Materia	Organización de empresas (12 ECTS)
Asignaturas	Dirección de operaciones (6 ECTS)
	Dirección de personas (6 ECTS)
Materia	Teoría económica (18 ECTS)
Asignaturas	Macroeconomía I: producción, dinero y precios (6 ECTS)
	Microeconomía II: mercados (6 ECTS)
	Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior (6 ECTS)
Materia	Trabajo fin de grado (6 ECTS)
Asignaturas	Trabajo de fin de grado (6 ECTS)

Módulo	Formación optativa (144 ECTS)
Materia	Contabilidad (18 ECTS)
Asignaturas	Contabilidad pública (6 ECTS)
	Información financiera de operaciones corporativas (6 ECTS)
	Control de gestión (6 ECTS)
Materia	Derecho (9 ECTS)

Asignaturas	Contratación mercantil (6 ECTS)
	Derecho del trabajo (3 ECTS)
Materia	Economía Aplicada (6 ECTS)
Asignaturas	Entorno económico y financiero (6 ECTS)
Materia	Estrategia empresarial (27 ECTS)
Asignaturas	Dirección de entidades de economía social (6 ECTS)
	Dirección de negocios internacionales (6 ECTS)
	Business intelligence (3 ECTS)
	Ecosistema empresarial (3 ECTS)
	Gestión estratégica de proyectos (6 ECTS)
	Modelos de excelencia y calidad en la gestión (3 ECTS)
Materia	Finanzas (15 ECTS)
Asignaturas	Mercados financieros (6 ECTS)
	Finanzas internacionales (6 ECTS)
	Finanzas y tecnología (3 ECTS)
Materia	Idiomas (6 ECTS)
Asignaturas	Inglés empresarial (6 ECTS)
Materia	Instrumentos para el análisis económico (6 ECTS)
Asignaturas	Técnicas aplicadas al análisis de datos (6 ECTS)
Materia	Interdisciplinar (6 ECTS)
Asignaturas	Interdisciplinar (6 ECTS)
Materia	Marketing (12 ECTS)
Asignaturas	Decisiones comerciales: simulador de empresa (6 ECTS)
	Marketing en la era digital (6 ECTS)
Materia	Métodos cuantitativos (3 ECTS)
Asignaturas	Decisión multicriterio (3 ECTS)
Materia	Organización de empresas (18 ECTS)

Asignaturas	Gestión medioambiental (6 ECTS)
	Innovación y cambio tecnológico (6 ECTS)
	Logística y cadena de suministro (6 ECTS)
Matería	Prácticas en empresa (12 ECTS)
Asignaturas	Prácticas I (6 ECTS)
	Prácticas II (6 ECTS)
Matería	Sociología (6 ECTS)
Asignaturas	Sociología de las organizaciones (6 ECTS)

8. DEFINICIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo	Formación básica	
Matería	Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de Contabilidad
	Nombre en Inglés	Fundamentals of Accounting
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Matería	Derecho	
Asignatura	Nombre	Introducción al derecho mercantil
	Nombre en Inglés	Introduction to Commercial Law

	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Derecho Civil; (2) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; y (3) Derecho Mercantil

Matería	Economía Aplicada	
Asignatura	Nombre	Historia económica y Economía mundial
	Nombre en Inglés	Economic History and Global Economy
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Economía española
	Nombre en Inglés	Spanish Economy

	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Matemáticas para la empresa I
	Nombre en Inglés	Mathematics for Business I
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Matemáticas para la empresa II
	Nombre en Inglés	Mathematics for Business II

	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Competencias digitales
	Nombre en Inglés	Digital Competencies
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Lenguajes y Sistemas Informáticos
Matería	Marketing	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de marketing
	Nombre en Inglés	Fundamentals of Marketing
	Tipología	Formación básica

	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Organización de empresas	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de ADE
	Nombre en Inglés	Fundamentals of Business Administration
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Diseño organizativo
	Nombre en Inglés	Organizational Design
	Tipología	Formación básica

	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Teoría económica	
Asignatura	Nombre	Microeconomía I: consumo y producción
	Nombre en Inglés	Microeconomics I: Consumption and Production
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo	Formación obligatoria	
Materia	Contabilidad	

Asignatura	Nombre	Contabilidad financiera
	Nombre en Inglés	Financial Accounting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Estados financieros
	Nombre en Inglés	Financial Statements
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Análisis de la información financiera
	Nombre en Inglés	Financial Information Analysis
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Contabilidad de gestión
	Nombre en Inglés	Management Accounting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Economía Aplicada	
Asignatura	Nombre	Fiscalidad de la empresa
	Nombre en Inglés	Corporate Taxation
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Materia	Estrategia empresarial	
Asignatura	Nombre	Dirección estratégica I
	Nombre en Inglés	Strategic Management I
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Dirección estratégica II
	Nombre en Inglés	Strategic Management II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Emprendimiento

	Nombre en Inglés	Entrepreneurship
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Finanzas	
Asignatura	Nombre	Análisis y valoración de operaciones financieras
	Nombre en Inglés	Analysis and Valuation of Financial Operations
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Finanzas de empresa I
	Nombre en Inglés	Corporate Finance I
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Finanzas de empresa II
	Nombre en Inglés	Corporate Finance II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Econometría: análisis y tratamiento de datos
	Nombre en Inglés	Econometrics: Data Analysis and Processing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Marketing	
Asignatura	Nombre	Dirección de marketing
	Nombre en Inglés	Marketing Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Investigación de mercados
	Nombre en Inglés	Market Research
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Estadística y ciencia de datos I
	Nombre en Inglés	Statistics and Data Science I
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Asignatura	Nombre	Estadística y ciencia de datos II
	Nombre en Inglés	Statistics and Data Science II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Matería	Organización de empresas	
Asignatura	Nombre	Dirección de operaciones
	Nombre en Inglés	Operations Management

	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Dirección de personas
	Nombre en Inglés	People Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Teoría económica	
Asignatura	Nombre	Macroeconomía I: producción, dinero y precios
	Nombre en Inglés	Macroeconomics I: Production, Money, and Prices
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Microeconomía II: mercados
	Nombre en Inglés	Microeconomics II: Markets
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior
	Nombre en Inglés	Macroeconomics II: Inflation, Growth, and External Sector
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Trabajo fin de grado	
Asignatura	Nombre	Trabajo de fin de grado
	Nombre en Inglés	Bachelor's thesis
	Tipología	Trabajo fin de Grado
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Anual
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	(1) Democracia y sostenibilidad; y (2) Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología

Módulo	Formación optativa	
Materia	Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Contabilidad pública
	Nombre en Inglés	Public Accounting
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Información financiera de operaciones corporativas
	Nombre en Inglés	Financial Information on Corporate Transactions
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Control de gestión
	Nombre en Inglés	Management Control
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	

	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
--	--------------------------------	------------------------------------

Materia	Derecho	
Asignatura	Nombre	Contratación mercantil
	Nombre en Inglés	Commercial Contracting
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Mercantil
Asignatura	Nombre	Derecho del trabajo
	Nombre en Inglés	Labor Law
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
Materia	Economía Aplicada	
Asignatura	Nombre	Entorno económico y financiero

	Nombre en Inglés	Economic and Financial Environment
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Estrategia empresarial	
Asignatura	Nombre	Dirección de entidades de economía social
	Nombre en Inglés	Management of Social Economy Entities
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Dirección de negocios internacionales
	Nombre en Inglés	International Business Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Business intelligence
	Nombre en Inglés	Business intelligence
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Ecosistema empresarial
	Nombre en Inglés	Business Ecosystem
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Gestión estratégica de proyectos
	Nombre en Inglés	Strategic Project Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Modelos de excelencia y calidad en la gestión
	Nombre en Inglés	Models of Excellence and Quality Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Materia	Finanzas	
Asignatura	Nombre	Mercados financieros
	Nombre en Inglés	Financial Markets

	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Finanzas internacionales
	Nombre en Inglés	International Finance
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Finanzas y tecnología
	Nombre en Inglés	Finance and Technology
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Idiomas	
Asignatura	Nombre	Inglés empresarial
	Nombre en Inglés	Business English
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Inglesa

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Técnicas aplicadas al análisis de datos
	Nombre en Inglés	Techniques Applied to Data Analysis
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Interdisciplinar	
Asignatura	Nombre	Interdisciplinar
	Nombre en Inglés	Interdisciplinary subject
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Anual
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	

Matería	Marketing	
Asignatura	Nombre	Decisiones comerciales: simulador de empresa
	Nombre en Inglés	Business Decisions: Company Simulator
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	

	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Marketing en la era digital
	Nombre en Inglés	Marketing in the Digital Era
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Decisión multicriterio
	Nombre en Inglés	Multi-Criteria Decision Making
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	Organización de empresas	
Asignatura	Nombre	Gestión medioambiental
	Nombre en Inglés	Environmental Management

	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Innovación y cambio tecnológico
	Nombre en Inglés	Innovation and Technological Change
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
	Nombre	Logística y cadena de suministro
	Nombre en Inglés	Logistics and Supply Chain
Asignatura	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	
	Idioma	
	Modalidad	

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Prácticas en empresa	
Asignatura	Nombre	Prácticas I
	Nombre en Inglés	Internship I
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología
Asignatura	Nombre	Prácticas II
	Nombre en Inglés	Internship II
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología

Materia	Sociología	
Asignatura	Nombre	Sociología de las organizaciones
	Nombre en Inglés	Sociology of Organizations
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Sociología

9. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LA TITULACIÓN

9.1 Distribución de Asignaturas

Curso 1					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Fundamentos de ADE	FB	6	Diseño organizativo	FB	6
Fundamentos de marketing	FB	6	Economía española	FB	6

Historia económica y Economía mundial	FB	6	Fundamentos de Contabilidad	FB	6
Introducción al derecho mercantil	FB	6	Matemáticas para la empresa II	FB	6
Matemáticas para la empresa I	FB	6	Microeconomía I: consumo y producción	FB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 1					60

Curso 2					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Contabilidad financiera	OB	6	Análisis y valoración de operaciones financieras	OB	6
Dirección estratégica I	OB	6	Dirección estratégica II	OB	6
Estadística y ciencia de datos I	OB	6	Estados financieros	OB	6
Macroeconomía I: producción, dinero y precios	OB	6	Estadística y ciencia de datos II	OB	6
Microeconomía II: mercados	OB	6	Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 2					60

Curso 3					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Análisis de la información financiera	OB	6	Contabilidad de gestión	OB	6
Dirección de marketing	OB	6	Dirección de operaciones	OB	6
Econometría: análisis y tratamiento de datos	OB	6	Dirección de personas	OB	6
Finanzas de empresa I	OB	6	Finanzas de empresa II	OB	6
Fiscalidad de la empresa	OB	6	Investigación de mercados	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 3					60

Curso 4					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Emprendimiento	OB	6	Business intelligence	OP	3
Competencias digitales	OP	3	Contratación mercantil	OP	6
Contabilidad pública	OP	6	Control de gestión	OP	6
Decisiones comerciales: simulador de empresa	OP	6	Derecho del trabajo	OP	3
Decisión multicriterio	OP	3	Ecosistema empresarial	OP	3
Dirección de entidades de economía social	OP	6	Entorno económico y financiero	OP	6
Dirección de negocios internacionales	OP	6	Finanzas internacionales	OP	6
Gestión medioambiental	OP	6	Finanzas y tecnología	OP	3
Información financiera de operaciones corporativas	OP	6	Gestión estratégica de proyectos	OP	6
Inglés empresarial	OP	6	Logística y cadena de suministro	OP	6
Innovación y cambio tecnológico	OP	6	Marketing en la era digital	OP	6
Mercados financieros	OP	6	Modelos de excelencia y calidad en la gestión	OP	3
Prácticas I	OP	6	Prácticas II	OP	6
Técnicas aplicadas al análisis de datos	OP	6	Sociología de las organizaciones	OP	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Interdisciplinar				OP	6
Trabajo de fin de grado				TFG	6
Total ECTS Curso 4					159

9.2 Oferta Total de Asignaturas Optativas

Asignaturas	Curso	Semestre	ECTS
Interdisciplinar	Cuarto curso	Anual	6
Competencias digitales	Cuarto curso	Primer semestre	3
Contabilidad pública	Cuarto curso	Primer semestre	6
Decisiones comerciales: simulador de empresa	Cuarto curso	Primer semestre	6
Decisión multicriterio	Cuarto curso	Primer semestre	3

Dirección de entidades de economía social	Cuarto curso	Primer semestre	6
Dirección de negocios internacionales	Cuarto curso	Primer semestre	6
Gestión medioambiental	Cuarto curso	Primer semestre	6
Información financiera de operaciones corporativas	Cuarto curso	Primer semestre	6
Inglés empresarial	Cuarto curso	Primer semestre	6
Innovación y cambio tecnológico	Cuarto curso	Primer semestre	6
Mercados financieros	Cuarto curso	Primer semestre	6
Prácticas I	Cuarto curso	Primer semestre	6
Técnicas aplicadas al análisis de datos	Cuarto curso	Primer semestre	6
Business intelligence	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Contratación mercantil	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Control de gestión	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Derecho del trabajo	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Ecosistema empresarial	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Entorno económico y financiero	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Finanzas internacionales	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Finanzas y tecnología	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Gestión estratégica de proyectos	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Logística y cadena de suministro	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Marketing en la era digital	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Modelos de excelencia y calidad en la gestión	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Prácticas II	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Sociología de las organizaciones	Cuarto curso	Segundo semestre	6

9.3 Distribución de Asignaturas Optativas por Menciones o Mención Dual

Asignaturas con mención dual	ECTS
<i>No hay asignaturas optativas con mención dual</i>	

10. ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS

Asignaturas	Áreas de conocimiento vinculadas
Fundamentos de ADE	Organización de Empresas
Fundamentos de marketing	Comercialización e Investigación de Mercados

Historia económica y Economía mundial	Economía Aplicada
Introducción al derecho mercantil	(1) Derecho Civil; (2) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; y (3) Derecho Mercantil
Matemáticas para la empresa I	Fundamentos del Análisis Económico
Diseño organizativo	Organización de Empresas
Economía española	Economía Aplicada
Fundamentos de Contabilidad	Economía Financiera y Contabilidad
Matemáticas para la empresa II	Fundamentos del Análisis Económico
Microeconomía I: consumo y producción	Fundamentos del Análisis Económico
Contabilidad financiera	Economía Financiera y Contabilidad
Dirección estratégica I	Organización de Empresas
Estadística y ciencia de datos I	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Macroeconomía I: producción, dinero y precios	Economía Aplicada
Microeconomía II: mercados	Fundamentos del Análisis Económico
Análisis y valoración de operaciones financieras	Economía Financiera y Contabilidad
Dirección estratégica II	Organización de Empresas
Estados financieros	Economía Financiera y Contabilidad
Estadística y ciencia de datos II	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior	Fundamentos del Análisis Económico
Análisis de la información financiera	Economía Financiera y Contabilidad
Dirección de marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Econometría: análisis y tratamiento de datos	Fundamentos del Análisis Económico
Finanzas de empresa I	Economía Financiera y Contabilidad
Fiscalidad de la empresa	Economía Aplicada
Contabilidad de gestión	Economía Financiera y Contabilidad
Dirección de operaciones	Organización de Empresas
Dirección de personas	Organización de Empresas
Finanzas de empresa II	Economía Financiera y Contabilidad
Investigación de mercados	Comercialización e Investigación de Mercados
Interdisciplinar	Sin áreas de conocimiento vinculadas

Trabajo de fin de grado	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología
Emprendimiento	Organización de Empresas
Competencias digitales	Lenguajes y Sistemas Informáticos
Contabilidad pública	Economía Financiera y Contabilidad
Decisiones comerciales: simulador de empresa	Comercialización e Investigación de Mercados
Decisión multicriterio	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Dirección de entidades de economía social	Organización de Empresas
Dirección de negocios internacionales	Organización de Empresas
Gestión medioambiental	Organización de Empresas
Información financiera de operaciones corporativas	Economía Financiera y Contabilidad
Inglés empresarial	Filología Inglesa
Innovación y cambio tecnológico	Organización de Empresas
Mercados financieros	Economía Financiera y Contabilidad
Prácticas I	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología
Técnicas aplicadas al análisis de datos	Fundamentos del Análisis Económico
Business intelligence	Organización de Empresas
Contratación mercantil	Derecho Mercantil
Control de gestión	Economía Financiera y Contabilidad
Derecho del trabajo	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social
Ecosistema empresarial	Organización de Empresas
Entorno económico y financiero	Economía Aplicada
Finanzas internacionales	Economía Financiera y Contabilidad
Finanzas y tecnología	Economía Financiera y Contabilidad
Gestión estratégica de proyectos	Organización de Empresas

Logística y cadena de suministro	Organización de Empresas
Marketing en la era digital	Comercialización e Investigación de Mercados
Modelos de excelencia y calidad en la gestión	Organización de Empresas
Prácticas II	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Civil; (3) Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Filología Inglesa; (8) Fundamentos del Análisis Económico; (9) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (10) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (11) Organización de Empresas; y (12) Sociología
Sociología de las organizaciones	Sociología

11. ASIGNATURAS PUNTO DE CONTROL DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Denominación competencia transversal	
Democracia y sostenibilidad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Historia económica y Economía mundial	6
Trabajo de fin de grado	6
Trabajo en equipo	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Dirección de personas	6
Emprendimiento	6
Pensamiento crítico	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Diseño organizativo	6
Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior	6
Inteligencia emocional	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Dirección de marketing	6
Trabajo de fin de grado	6

Innovación y creatividad

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Microeconomía II: mercados	6
Dirección estratégica II	6

Autoaprendizaje permanente

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Fundamentos de Contabilidad	6
Contabilidad financiera	6

12. TABLA DE ADAPTACIÓN DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS 1393/2007		PLAN DE ESTUDIOS 822/2021	
Asignaturas	ECTS	Asignaturas	ECTS
Análisis de estados financieros (6 ECTS)	6.0	Análisis de la información financiera (6 ECTS)	6.0
Análisis y valoración de las operaciones financieras (6 ECTS)	6.0	Análisis y valoración de operaciones financieras (6 ECTS)	6.0
Las TIC en la empresa (3 ECTS)	3.0	Competencias digitales (3 ECTS)	3.0
Contabilidad directiva (6 ECTS)	6.0	Contabilidad de gestión (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera II (6 ECTS)	6.0	Contabilidad financiera (6 ECTS)	6.0
Contabilidad pública (6 ECTS)	6.0	Contabilidad pública (6 ECTS)	6.0
Derecho mercantil (3 ECTS)	3.0	Contratación mercantil (6 ECTS)	6.0
Control de gestión (6 ECTS)	6.0	Control de gestión (6 ECTS)	6.0
Decisiones comerciales (5 ECTS)	5.0	Decisiones comerciales: simulador de empresa (6 ECTS)	6.0
Investigación operativa (5 ECTS)	5.0	Decisión multicriterio (3 ECTS)	3.0
Régimen laboral de la empresa (3 ECTS)	3.0	Derecho del trabajo (3 ECTS)	3.0
Dirección de entidades de economía social (5 ECTS)	5.0	Dirección de entidades de economía social (6 ECTS)	6.0
Dirección comercial I (6 ECTS)	6.0	Dirección de marketing (6 ECTS)	6.0
Dirección de la empresa internacional (6 ECTS)	6.0	Dirección de negocios internacionales (6 ECTS)	6.0
Dirección de la producción (6 ECTS)	6.0	Dirección de operaciones (6 ECTS)	6.0

Dirección de recursos humanos (6 ECTS)	6.0	Dirección de personas (6 ECTS)	6.0
Dirección estratégica (6 ECTS)	6.0	Dirección estratégica I (6 ECTS)	6.0
Política de la empresa (6 ECTS)	6.0	Dirección estratégica II (6 ECTS)	6.0
Organización y gestión interna (6 ECTS)	6.0	Diseño organizativo (6 ECTS)	6.0
Econometría (6 ECTS)	6.0	Econometría: análisis y tratamiento de datos (6 ECTS)	6.0
Economía española (6 ECTS)	6.0	Economía española (6 ECTS)	6.0
Creación y gestión de pymes (5 ECTS)	5.0	Emprendimiento (6 ECTS)	6.0
Política económica (5 ECTS)	5.0	Entorno económico y financiero (6 ECTS)	6.0
Estados financieros (6 ECTS)	6.0	Estados financieros (6 ECTS)	6.0
Estadística I (6 ECTS)	6.0	Estadística y ciencia de datos I (6 ECTS)	6.0
Estadística II (6 ECTS)	6.0	Estadística y ciencia de datos II (6 ECTS)	6.0
Dirección financiera (6 ECTS)	6.0	Finanzas de empresa I (6 ECTS)	6.0
Gestión de riesgos financieros (6 ECTS)	6.0	Finanzas de empresa II (6 ECTS)	6.0
Dirección financiera internacional (6 ECTS)	6.0	Finanzas internacionales (6 ECTS)	6.0
Gestión de tesorería (6 ECTS)	6.0	Finanzas y tecnología (3 ECTS)	3.0
Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)	6.0	Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)	6.0
Fundamentos de administración y dirección de empresas (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de ADE (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera I (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de Contabilidad (6 ECTS)	6.0
Introducción al marketing (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de marketing (6 ECTS)	6.0
Gestión integrada y creación de valor (6 ECTS)	6.0	Gestión estratégica de proyectos (6 ECTS)	6.0
Gestión medioambiental (5 ECTS)	5.0	Gestión medioambiental (6 ECTS)	6.0
Historia económica y economía mundial (6 ECTS)	6.0	Historia económica y Economía mundial (6 ECTS)	6.0
Contabilidad de combinaciones de negocios (6 ECTS)	6.0	Información financiera de operaciones corporativas (6 ECTS)	6.0
Lengua extranjera empresarial (Inglés) (5 ECTS)	5.0	Inglés empresarial (6 ECTS)	6.0
Innovación y cambio tecnológico de la empresa (5 ECTS)	5.0	Innovación y cambio tecnológico (6 ECTS)	6.0
Introducción al derecho (6 ECTS)	6.0	Introducción al derecho mercantil (6 ECTS)	6.0

Introducción a la investigación de mercados (6 ECTS)	6.0	Investigación de mercados (6 ECTS)	6.0
Logística y cadena de suministro (5 ECTS)	5.0	Logística y cadena de suministro (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía I (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía I: producción, dinero y precios (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía II (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía II: inflación, crecimiento y sector exterior (6 ECTS)	6.0
Dirección comercial II (6 ECTS)	6.0	Marketing en la era digital (6 ECTS)	6.0
Matemáticas I (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para la empresa I (6 ECTS)	6.0
Matemáticas II (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para la empresa II (6 ECTS)	6.0
Mercados financieros (6 ECTS)	6.0	Mercados financieros (6 ECTS)	6.0
Microeconomía I (6 ECTS)	6.0	Microeconomía I: consumo y producción (6 ECTS)	6.0
Microeconomía II (6 ECTS)	6.0	Microeconomía II: mercados (6 ECTS)	6.0
Modelos de excelencia y calidad en la gestión (5 ECTS)	5.0	Modelos de excelencia y calidad en la gestión (3 ECTS)	3.0
Prácticas en empresa I (6 ECTS)	6.0	Prácticas I (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa II (6 ECTS)	6.0	Prácticas II (6 ECTS)	6.0
Sociología de las organizaciones (6 ECTS)	6.0	Sociología de las organizaciones (6 ECTS)	6.0
Aplicaciones econométricas de la empresa (5 ECTS)	5.0	Técnicas aplicadas al análisis de datos (6 ECTS)	6.0

13. HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión: v1.0 (13/12/2024)

Fecha de aprobación en Comisión de Garantía de Calidad:

Fecha de aprobación en Junta de Facultad:

Fecha de aprobación en Comisión de Estudios de Grado:

1. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Grado en Economía
Bachelor Degree in Economics

2. ÁMBITO Y RAMA DE CONOCIMIENTO

Ámbito de conocimiento
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Rama de conocimiento
Ciencias Sociales y Jurídicas

3. CENTRO o CENTROS DE IMPARTICIÓN

Centro
Facultad de Economía y Empresa (Zaragoza)

4. DATOS DE LA TITULACIÓN

Modalidad	Presencial
Título habilitante	No
Mención dual	No
Título conjunto	No

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO FORMATIVO DE LA TITULACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de formación. Las asignaturas **optativas** refieren al número de créditos ofertados. Las **prácticas externas** refieren a las prácticas obligatorias.

Tipo de formación	Créditos ECTS	N. de asignaturas
Formación básica (FB)	60	10
Obligatorias (OB)	132	22
Optativas a cursar (OP)	117	26
Prácticas externas obligatorias (PE)	0	0
Trabajo fin de grado (TFG)	6	1
Total créditos ECTS	315	59

Menciones:

- Análisis de Datos Económicos, Financieros y de Mercado (66 ECTS)
- Economía Pública y Fiscalidad (66 ECTS)

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA TITULACIÓN

6.1 Conocimientos:

CON-1. Identificar las características de las instituciones económicas y explicar sus funciones.

- Comprender los conceptos jurídicos básicos aplicables a las relaciones económicas en el ámbito personal y profesional, las bases del sistema económico y el papel fundamental de la propiedad privada, sus formas de transmisión y otros derechos reales.
- Identificar las principales instituciones económicas de los últimos siglos. - Conocer la evolución, objetivo y características de las principales instituciones económicas.
- Definir sus funciones como agentes económicos y sus recursos principales. - Detallar las operaciones económicas que realizan las actividades e instituciones económicas. - Sistematizar las operaciones realizadas y calcular las principales macromagnitudes para valorar la actividad económica.
- Explorar el desarrollo histórico de las instituciones económicas españolas y reconocer la diversidad de experiencias económicas, junto con sus aciertos y errores. - Comparar la evolución económica y los retos a los que se enfrentan las distintas regiones económicas españolas desde una perspectiva institucional. - Identificar y conectar las relaciones entre los diversos actores sociales y económicos en la historia moderna y contemporánea de España.
- Reconocer las instituciones más inmediatas, formales/políticas e informales. - Identificar las estrategias y políticas asociadas.
- Conocer la organización y funcionamiento de las diversas Administraciones y entidades del Sector Público con competencias de regulación económica y de fomento de la economía en los niveles estatal, autonómico y local. - Conocer la configuración y funciones de los organismos supervisores de carácter independiente en el ámbito económico (Banco de España, CNMV, CNMC, etc.) así como las instituciones de control (Tribunal de Cuentas, AIREF). - Conocer las instituciones económicas de la Unión Europea y en la esfera internacional (organismos y foros internacionales de ámbito regional y mundial).
- Entender el concepto de globalización.

CON-2. Analizar e interpretar la evolución de la realidad económica desde diferentes perspectivas.

- Examinar y comprender la evolución de las principales variables económicas, así como identificar patrones vinculados a campos históricos. - Aproximarse al impacto de los factores socioeconómicos (como la tecnología, la globalización, y políticas gubernamentales) teniendo en cuenta la perspectiva y los cambios vinculados a las distintas regiones mundiales.
- Conocer los principales rasgos definitorios de la economía mundial. - Desarrollar de la capacidad para comprender e interpretar textos de carácter económico. - Interpretar las tendencias recientes de la economía mundial de acuerdo con los argumentos que ofrece la teoría económica.
- Examinar y comprender la evolución de las principales variables económicas, así como identificar patrones vinculados a campos históricos. - Examinar los problemas actuales de la economía española desde una perspectiva histórica, con el fin de obtener una mejor comprensión de su configuración en el tiempo. - Aproximarse al impacto de los factores socioeconómicos (como la tecnología, la globalización, y políticas gubernamentales) teniendo en cuenta la perspectiva y los cambios vinculados a las distintas regiones del país.
- Relacionar con temas de otras asignaturas: Historia Económica, Economía Pública, Teoría Económica. - Reconocer la subjetividad y juicios de valor adheridos a las decisiones económicas.
- Identificar e y abordar problemas económicos utilizando una perspectiva global.
- Comprender las ideas económicas esbozadas por los escritores pertenecientes a las principales escuelas y corrientes de pensamiento económico habidas hasta la fecha desde la óptica de la circulación internacional de las ideas económicas. - Localizar, manejar e interpretar los diversos textos en los que se contienen tales ideas económicas en su dimensión nacional e internacional.
- Analizar e interpretar la evolución de la economía española y su entorno internacional más reciente a través de los informes de coyuntura más solventes del ámbito internacional y, en especial, el nacional. - Analizar y diagnosticar la situación económica desde distintas perspectivas (demanda, oferta, agentes económicos privados, haciendo también hincapié en el papel del marco institucional).
- Distinguir entre periodos históricos en los que ha habido más o menos globalización y compararlos con la situación actual.
- Comprender los cambios sociales que influyen sobre las realidades económicas.

CON-3. Reconocer e interpretar los fundamentos jurídicos del sistema económico español.

- Identificar las instituciones jurídicas más relevantes para el desempeño de su actividad profesional. - Comprender y aplicar las normas básicas sobre contratación electrónica y economía digital. - Identificar las

principales instituciones de Derecho patrimonial privado y su aplicación en las relaciones de naturaleza económica entre particulares. - Comprender y aplicar la normativa de los bienes inmateriales, los signos distintivos y las creaciones industriales, así como la normativa que regula la competencia en el mercado. - Identificar los distintos tipos de empresario y su estatuto jurídico. - Comprender y aplicar las normas básicas aplicables a las relaciones de consumo. - Reconocer e identificar las características de los tipos sociales más frecuentes. - Entender el procedimiento concursal aplicado a las empresas en situación de insolvencia.

- - Identificar correctamente los principales impuestos que afectan a la actividad empresarial dentro del esquema global. - Utilizar con corrección la terminología tributaria. - Manejar e interpretar adecuadamente la legislación fiscal.
- - Comprender el proceso de elaboración, ejecución y control del presupuesto del sector público y su regulación.
- - Reconocer e interpretar las libertades económicas básicas y los fundamentos de las políticas públicas en el Derecho de la Unión Europea. - Reconocer e interpretar los elementos centrales que en relación con la actividad económica y la intervención de los poderes públicos en la Economía se consagran en la Constitución española y en la legislación estatal básica. - Comprender los conceptos básicos que configuran el Derecho Público de la economía y adquirir soltura en la lectura y comprensión de textos normativos y documentación oficial de la esfera económica.

CON-4. Manejar con cierta precisión el lenguaje matemático y estadístico, y el conjunto de instrumentos y métodos de cálculo necesarios en Economía.

- - Utilizar el lenguaje matemático, tanto en su comprensión como en su escritura. - Conocer las herramientas matemáticas necesarias para resolver problemas de índole económico.
- - Describir fenómenos económicos empleando con precisión el lenguaje básico de un economista. - Identificar los elementos básicos del método de trabajo utilizado en el análisis económico y aplicar dicho método a problemas económicos sencillos.
- - Conocer el papel y la contribución de la Estadística y la Ciencia de Datos en la toma científica de las decisiones. - Definir conceptos básicos de probabilidad y aplicar los teoremas fundamentales para la resolución de problemas sencillos del Cálculo de Probabilidades y del Análisis Estadístico de las Decisiones.
- - Utilizar el lenguaje matemático, tanto en su comprensión como en su escritura. - Conocer las herramientas matemáticas necesarias para resolver problemas de índole económico.
- - Comprensión del método de trabajo del Análisis Económico e identificación de los elementos que lo componen.
- - Comprender y emplear la probabilidad como una medida de incertidumbre de los fenómenos económicos.
- - Identificar y ser capaces de calcular indicadores macroeconómicos como tasas de crecimiento, variables nominales y reales, deflactor, etc. - Comprender, analizar e interpretar modelos macroeconómicos desde una perspectiva de corto plazo con precios fijos y variables. - Utilizar herramientas matemáticas como sistemas de ecuaciones, derivadas o incrementos.
- - Describir y explicar la estructura del mercado de los diferentes tipos de competencia.
- - Dominar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el análisis de datos.
- - Identificar y aplicar técnicas estadísticas avanzadas para analizar la evolución de las variables económicas clave asociadas al ciclo económico, distinguiendo entre componentes cíclicos, estacionales y estructurales en los datos disponibles. - Construir e interpretar modelos econométricos básicos que permitan estimar y proyectar tendencias macroeconómicas relevantes, como el PIB potencial o la balanza comercial. - Representar y analizar gráficamente series temporales macroeconómicas para comunicar de manera efectiva los resultados obtenidos.
- - Manejar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el análisis de datos de series temporales.
- - Comprender y aplicar correctamente el método del análisis económico para el estudio de los fenómenos microeconómicos.
- - Manejar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el análisis dependiendo del tipo de datos disponibles, corte transversal o series temporales.
- - Emplear correctamente y con precisión la terminología básica de la teoría de juegos.
- - Desarrollar y analizar modelos macroeconómicos estáticos y dinámicos utilizando herramientas matemáticas avanzadas, como sistemas de ecuaciones diferenciales y de diferencias para interpretar el impacto de los cambios exógenos sobre las variables agregadas a corto plazo y también a lo largo del tiempo y evaluar la estabilidad de los modelos en escenarios de mediano y largo plazo.

- - Desarrollar y analizar modelos macroeconómicos dinámicos utilizando herramientas matemáticas avanzadas, como sistemas de ecuaciones diferenciales. Esta herramienta le permite comprender tanto el ciclo económico como el crecimiento a largo plazo.
- - Conocer las herramientas teóricas que permiten explicar y analizar la economía laboral. - Conocer las principales fuentes de datos relacionadas con el mercado de trabajo. - Comprender el papel de las instituciones en el mercado laboral y su funcionamiento en España.
- - Seleccionar las herramientas matemáticas, estadísticas, econométricas e instrumentos necesarios dependiendo de la aplicación planteada.
- - Conocer los conceptos básicos de la asignatura: preferencias, utilidad, criterios de decisión, dominancia, prudencia, equilibrio de Nash, perfección en sub juegos, soluciones de negociación y soluciones cooperativas. - Como instrumentos y métodos de resolución, conocer los principios fundamentales de la lógica matemática, del álgebra matricial y de las técnicas de optimización.
- - Representar el problema de la sostenibilidad con el lenguaje de los modelos económicos. - Representar los resultados ambientales a largo plazo de diferentes escenarios de innovación.
- - Dominar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el análisis de datos de series temporales.
- - Utilizar software especializado e inteligencia artificial para transformar datos económicos y empresariales complejos en visualizaciones comprensibles. - Interpretar estadística y económicamente los resultados visualizados para extraer conclusiones cuantitativas y cualitativas relevantes.

CON-5. Identificar, clasificar e interpretar las variables económicas, sus interrelaciones y sus implicaciones en el funcionamiento de la economía.

- - Identificar las variables endógenas y exógenas en un fenómeno económico, representar las relaciones entre ellas mediante funciones, y analizar dichas relaciones utilizando el cálculo diferencial. En casos de relaciones lineales, aplicar herramientas de cálculo matricial para su representación y análisis.
- - Describir y explicar el funcionamiento del sistema de mercado.
- - Interpretar los agregados e indicadores de las actividades, instituciones y total de la economía. - Definir y calcular los principales indicadores de precios y tipo de cambio. - Definir los agregados en términos nominales y reales de la economía y su situación frente al resto del mundo.
- - Identificar los elementos fundamentales de un problema de optimización en un contexto: variables, función objetivo y restricciones. Reconocer situaciones económicas dinámicas y representarlas adecuadamente.
- - Comprender los problemas de decisión de los agentes económicos (productores y consumidores), y la interrelación entre ellos.
- - Evaluar variables macroeconómicas clave como el PIB (nominal y real), su tasa de crecimiento, etc., así como las variables clave para su obtención (rentas, valor añadido, consumo, inversión y gasto público). - Analizar tanto teóricamente, mediante la secuencia de efectos económicos, como analítica y gráficamente, los efectos a corto plazo de cualquier perturbación macroeconómica. - Identificar las consecuencias a corto plazo de las políticas económicas sobre las principales variables endógenas, como la producción, el tipo de interés, los precios o el déficit público. - Valorar las posibles causas que pueden estar detrás de una determinada evolución de las variables macroeconómicas.
- - Identificar el tipo de competencia en el que opera la empresa y comprender el cálculo del equilibrio de mercado en cada caso.
- - Identificar las variables relevantes en cada tema abordado, sus interdependencias, indicadores que las miden. - Desenvolverse en el ámbito bibliográfico y estadístico, reconociendo la calidad de las fuentes y el valor de las evidencias científicas, elaborando un trabajo de carácter empírico.
- - Identificar y clasificar las variables a utilizar en los modelos econométricos e interpretar las relaciones entre dichas variables.
- - Describir las principales variables macroeconómicas relacionadas con el ciclo económico (PIB, inflación, desempleo) y el sector exterior (balanza comercial, tipo de cambio), explicando su relevancia y las relaciones entre ellas. - Analizar y clasificar los diferentes tipos de shocks económicos (oferta y demanda) y su impacto sobre las fluctuaciones del ciclo económico y los desequilibrios del sector exterior. - Interpretar la evolución de los indicadores de comercio exterior y tipos de cambio en función de las políticas económicas implementadas y las condiciones globales.
- - Identificar y analizar el tipo de variables (estacionarias o no) disponibles para plantear los modelos econométricos.
- - Describir e interpretar el comportamiento de los agentes económicos individuales en un contexto de equilibrio general.

- Entender los efectos de los indicadores macroeconómicos nacionales y regionales sobre la economía financiera global. - Comprender las interrelaciones que, en una economía globalizada, surgen entre las políticas económicas nacionales y regionales y los mercados financieros globales.
- Identificar y clasificar las variables a utilizar en los modelos econométricos e interpretar los efectos de dichas variables en la variable o variables a explicar.
- Dominar los conceptos básicos de la teoría de juegos para poder analizar el comportamiento de los agentes económicos en contextos caracterizados por la existencia de interdependencia estratégica.
- Evaluar el impacto de variables macroeconómicas clave en la estabilidad y crecimiento de la economía tanto a corto como a largo plazo para así analizar cómo estas variables se influyen mutuamente en distintos contextos y cómo afectan al equilibrio macroeconómico general. - Interpretar y analizar las interrelaciones entre políticas fiscales y monetarias a través de la restricción presupuestaria del sector público y sus efectos en variables agregadas como la producción, el consumo y la inversión a través de los mecanismos de transmisión del modelo a corto y a largo plazo con la finalidad de comprender las implicaciones de decisiones de política económica sobre el ciclo económico a corto y a largo plazo. - Interpretar y analizar el impacto de cualquier perturbación exógena sobre el nivel y las tasas de crecimiento de las variables agregadas a largo plazo, con especial atención a los shocks tecnológicos, demográficos y del mercado de trabajo.
- Presentar y explicar los temas comprendidos en el programa en clases teóricas. - Orientarse en el ámbito bibliográfico. - Plantear ejercicios y problemas económicos de la economía internacional actual.
- Describir la evolución de las variables macroeconómicas clave tanto a medio como a largo plazo. - Interpretar y analizar cualquier impacto exógeno sobre el nivel y las tasas de crecimiento de las variables agregadas a largo plazo.
- Identificar los temas que trata la economía laboral. - Conocer las principales variables que caracterizan el estudio de la Economía Laboral. - Comprender el impacto de estas variables en el funcionamiento de la economía en general.
- Conocer los elementos cualitativos y cuantitativos esenciales de las obligaciones tributarias de las actividades económicas de las personas físicas y jurídicas, prestando especial interés a los aspectos internacionales de dicha fiscalidad. - Conocer la metodología básica de la planificación fiscal por la que determinadas variables fiscales, junto a otras no tributarias, dan lugar a la aparición de incentivos y desincentivos económicos para personas físicas y jurídicas.
- Identificar y clasificar las variables a utilizar en cada aplicación e interpretar las relaciones entre dichas variables y sus implicaciones.
- Alcanzar una visión analítica, estructurada y abstracta de los elementos que conforman un problema de decisión individual y de los que definen a un juego en contextos de competencia, negociación y cooperación. - Distinguir entre las variables ciertas y aquellas en las que interviene el azar, riesgo e incertidumbre en la toma de decisiones tanto a nivel individual como estratégico destacando los problemas con formulación económica.
- Apoyarse en la orientación bibliográfica básica y en las referencias complementarias, sobre todo en la información más reciente publicada en las páginas web de los principales organismos internacionales y nacionales y en los servicios de estudios más sólidos y relevantes. - Entender la realidad de la economía internacional y nacional actual.
- Introducir las relaciones economía-medio ambiente en los modelos económicos. - Cuantificar las interrelaciones en términos económicos.
- Identificar la variable a utilizar en cada caso de estudio.
- Explicar las relaciones entre variables económicas clave mediante técnicas escritas o audiovisuales. - Construir la narrativa (storytelling) que subyace bajo las correlaciones y tendencias.

CON-6. Entender la lógica económica de la intervención pública.

- Aprender los rasgos singulares del sector público frente al sector privado y de identificar sus principales instrumentos de intervención en la economía. - Argumentar con rigor sobre la necesidad de la intervención pública en la economía haciendo uso de las herramientas del análisis normativo.
- Conocer los distintos tipos de tributos y su respectiva función en la actuación del sector público.
- Identificar la singularidad de la naturaleza de la organización pública y del marco en que se desarrolla la gestión pública.
- Conocer diversos modelos de planificación fiscal con el objeto de analizar la incidencia de los impuestos en decisiones básicas de los agentes económicos (ahorro, inversión, transmisión de bienes, organización de negocios, etc.).

- - Comprender el papel del sector público en la economía y, en especial, la actividad presupuestaria.
- - Definir y explicar con rigor y claridad los conceptos básicos de la teoría económica del federalismo fiscal sobre el reparto de funciones e ingresos entre niveles de gobierno.

CON-7. Analizar y comparar los diferentes contextos en los que se trabaja, empresa y mercado, sus características y formas de actuar.

- - Comprender la relación existente entre la contabilidad y la economía. - Entender la necesidad de información económica y financiera de las unidades económicas y el papel de la contabilidad.
- - Comprender y ser capaz de explicar el significado y la razón de ser de la empresa, y estudiar las principales clasificaciones de empresas de acuerdo a diferentes criterios. - Estudiar los objetivos de los diferentes grupos de interés de la empresa, aprendiendo a realizar un diagnóstico a partir de sus principales resultados económicos y de aquellos indicadores relacionados con su estrategia de responsabilidad social corporativa. - Analizar el entorno general y específico de una empresa.
- - Entender la importancia de la actividad de marketing en las empresas y organizaciones así como su relación con el resto de funciones. - Analizar las características de los mercados desde la perspectiva del marketing. - Conocer la naturaleza y características de los instrumentos de marketing mix. - Conocer e identificar las estrategias de marketing más adecuadas que las empresas pueden aplicar en cada situación y contexto.
- - Conocer el significado y razón de ser de la empresa en el sistema económico.
- - Conocer la relevancia de la investigación de mercados en la actividad de las organizaciones. - Comprender los aspectos más característicos de la investigación de mercados. - Conocer las herramientas cualitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados. - Conocer las herramientas cuantitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados. - Estudiar los códigos deontológicos y de buenas prácticas en investigación de mercados.
- - Conocer el marco institucional, la naturaleza y el funcionamiento de las Entidades Financieras y su relación con el entorno económico, jurídico y social. - Conocer el funcionamiento y aplicaciones de la actividad de las Instituciones Financieras en general y de las Entidades de Crédito en particular. - Interpretar los resultados financieros de la empresa, medir y evaluar correctamente la exposición de esta a los diferentes tipos de riesgo de mercado.
- - Conocer la importancia de la gestión de la información y las tecnologías de referencia para el éxito de las organizaciones.
- - Entender la necesidad de información económica y financiera de las unidades económicas y el papel de la contabilidad.

CON-8. Identificar las fuentes de información económica relevante e interpretar su contenido para intervenir en la realidad económica.

- - Utilizar bases de datos económicas y financieras para obtener información relevante que apoye la toma de decisiones financieras. - Interpretar indicadores económicos clave y su impacto en el entorno empresarial. - Interpretar indicadores financieros clave y su impacto en el entorno empresarial.
- - Localizar y seleccionar fuentes de información económica relevantes para especificar modelos con los que analizar una realidad económica y poder diseñar intervenciones adecuadas.
- - Ser capaz de manejar los números índices más utilizados en Economía e interpretar los resultados obtenidos.
- - Utilizar las fuentes de información nacionales e internacionales sobre Contabilidad Nacional; Balanza de Pagos; precios y tipos de cambio; Marco input-output; principalmente. - Seleccionar la información adecuada para el cálculo de las magnitudes e indicadores económicos. - Utilizar de forma adecuada los indicadores pertinentes para el análisis económico.
- - Comprender los elementos de los estados financieros, las normas para su registro y valoración, así como su contenido. - Conocer manejar y comprender los conceptos teóricos y la metodología propia de la contabilidad.
- - Conocer cómo se desarrollan algunas estadísticas, su metodología, con sus potencialidades y limitaciones. - Llevar a cabo comentarios consistentes sobre los informes de agencias públicas y organizaciones, al hilo de sus estadísticas.
- - Utilizar e interpretar la información extraída de las fuentes estadísticas disponibles para la especificación de modelos econométricos.
- - Interpretar adecuadamente la información económica aparecida en los diferentes informes coyunturales que publican las instituciones económicas más relevantes del ámbito nacional e internacional.

- Estudiar el tipo de datos extraído de las fuentes disponibles para analizar situaciones económicas concretas.
- Elaborar un trabajo empírico. - Trabajar, a nivel personal, en la búsqueda de información en bases de datos internacionales, y en el tratamiento estadístico y gráfico de la información.
- Comprender el propósito, los elementos y la estructura de los estados financieros básicos para evaluar la situación patrimonial, económica y financiera de una empresa. - Saber utilizar diferentes herramientas y métodos de análisis financiero, para evaluar la estructura financiera y el desempeño económico de la empresa en distintos contextos. - Analizar y comparar información económica de diversas fuentes de datos (como informes de mercado, bases de datos financieras y publicaciones externas), identificando implicaciones clave y proponiendo medidas correctoras que optimicen la estabilidad financiera de la empresa.
- Utilizar e interpretar la información extraída de las fuentes estadísticas disponibles para justificar situaciones económicas concretas.
- Comprender cómo se presentan los gastos e ingresos públicos en el presupuesto.
- Utilizar bases de datos económicas y financieras para obtener información relevante que apoye la toma de decisiones financieras. - Interpretar indicadores económicos y financieros clave y su impacto en el entorno empresarial. - Conocer la rentabilidad, el riesgo y la liquidez de diferentes tipos de activos financieros y su operativa en los mercados. - Conocer los criterios del análisis para valorar las empresas cotizadas e interpretar su situación en el mercado.
- Analizar los elementos que componen los estados económico financieros y presupuestarios de las Administraciones Públicas. - Utilizar el Plan General de Contabilidad Pública como instrumento que incluye los principios contables nacionales e internacionales para el registro de las operaciones de las administraciones públicas.
- Identificar las fuentes de información y trabajar las más específicas de cada tema. - Adquirir formación, destreza y seguridad para la interpretación del contenido de las fuentes y la futura decisión de intervención en la realidad económica. - Sintetizar información, tratarla (cuantitativa y cualitativamente, apoyándose en análisis y gráficos), evaluarla e interpretarla razonadamente.
- Utilizar e interpretar la información extraída de las fuentes económicas y/o financieras disponibles para especificar los modelos econométricos.

CON-9. Utilizar la modelización económica en la representación de cualquier situación económica.

- Identificar los elementos clave de un problema económico, estructurarlo como un modelo matemático cuando sea posible, resolver el modelo aplicando el método o herramienta matemática más adecuada, e interpretar los resultados obtenidos en el contexto económico original.
- Explicar la influencia de las instituciones en los mecanismos de mercado y diferenciar los instrumentos de actuación del sector público sobre la economía en su conjunto.
- Plantear y resolver los modelos de optimización tanto de consumidores como de productores.
- Definir la economía que se va a estudiar (abierta, cerrada, con o sin sector público, etc.). - Describir adecuadamente en términos matemáticos las funciones de consumo, inversión, recaudación impositiva, etc. de acuerdo con lo anterior. - Resolver el modelo planteado correctamente.
- Plantear y obtener el equilibrio de mercado y el bienestar de los agentes económicos.
- Aplicar los métodos de estimación y verificación de hipótesis en modelos econométricos uniecuacionales.
- Desarrollar y resolver modelos económicos que expliquen las oscilaciones del ciclo económico, incorporando tanto factores internos como externos. - Simular escenarios macroeconómicos utilizando modelos teóricos básicos para evaluar el impacto de cambios en las políticas monetarias, fiscales o comerciales, así como de cualquier otra perturbación de alcance global. - Aplicar modelos económicos básicos para representar los desequilibrios del sector exterior y proponer estrategias de corrección basadas en evidencia teórica y empírica.
- Aplicar los métodos de estimación y verificación de hipótesis en modelos con datos de series temporales con el objeto de obtener predicciones y análisis de coyuntura.
- Comprender y plantear los instrumentos matemáticos que permiten calcular la variación en el bienestar social.
- Aplicar el método de estimación más apropiado en función de la problemática a estudiar y del tipo de datos disponible.
- Comprender los diferentes modelos teóricos que permiten explicar cómo se obtiene el equilibrio de mercado en condiciones de competencia imperfecta, así como deducir sus propiedades normativas.

- - Estudiar el contexto en el que se sitúa la economía que se va a representar mediante los modelos macroeconómicos. Qué agentes, mercados y activos se consideran y qué papel desempeñan en dicho contexto. - Analizar las condiciones de consistencia que los modelos macroeconómicos completos y complejos deben cumplir de acuerdo con el contexto de partida. - Interpretar y analizar la fundamentación microeconómica de las funciones de comportamiento del consumo, de la inversión y de los mercados financieros.
- - Saber usar modelos macroeconómicos para razonar sobre el funcionamiento de las variables tanto a medio como a largo plazo. - Comprender las dos visiones más extendidas sobre la interpretación y explicación de los ciclos económicos.
- - Comprender y explicar modelos teóricos que pueden representar la toma de decisiones en el mercado de trabajo.
- - Aplicar los métodos e instrumentos más apropiados para cada problemática de estudio.
- - Identificar cuando un problema económico se puede modelar mediante un juego. - Categorizar el problema en uno de los tipos de juegos abordados en la asignatura.
- - Modelizar y estimar modelos univariantes ARIMA regulares y estacionales, y modelos multivariantes, para obtener predicciones a corto plazo.

6.2 Habilidades:

HAB-1. Analizar cualquier problema con rigor científico utilizando los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.

- - Utilizar el rigor y el razonamiento matemático en planteamientos, desarrollos y resultados.
- - Explicar los resultados obtenidos de la aplicación del método de trabajo del análisis económico y predecir los efectos derivados de cambios en la situación de partida.
- - Combinar la información sobre agregados e indicadores para hacer un diagnóstico sobre la situación económica. - Señalar las limitaciones e idoneidades de los indicadores económicos como aproximación a la medición de la actividad económica.
- - Emplear correctamente del lenguaje económico para describir los fenómenos microeconómicos.
- - Obtener, con apoyo de las TIC, los resultados estadísticos necesarios para estimar o contrastar afirmaciones sobre los datos analizados, midiendo las garantías de las decisiones adoptadas.
- - Utilizar modelos macroeconómicos básicos de corto plazo para evaluar de forma rigurosa el impacto de distintas políticas económicas, así como de cualquier otra perturbación de ámbito global. - Manejar de las herramientas teóricas, analíticas y gráficas. - Diferenciar los impactos con precios fijos y variables.
- - Predecir cómo cambia el equilibrio y el bienestar de los agentes económicos cuando cambia su comportamiento.
- - Formular los problemas económicos en términos analíticos, haciendo uso del lenguaje econométrico adecuado al caso concreto y presentar la solución a cada problema de forma clara.
- - Diseñar un marco de análisis científico para estudiar las fluctuaciones económicas, integrando datos empíricos, teorías macroeconómicas y métodos cuantitativos. - Evaluar con rigor los factores determinantes de los ciclos económicos, como shocks externos, políticas económicas y dinámicas internas, utilizando tanto datos históricos como escenarios simulados. - Integrar conocimientos teóricos y prácticos para elaborar informes críticos que expliquen fenómenos como crisis económicas, desaceleraciones del PIB o desequilibrios en la balanza de pagos.
- - Formular los problemas económicos en términos analíticos, haciendo uso del lenguaje econométrico adecuado al caso concreto y presentar la solución a cada problema.
- - Utilizar los principios de la imposición -en especial, eficiencia, equidad y sencillez- para evaluar un impuesto, una medida impositiva o una reforma fiscal.
- - Comprender los fundamentos analíticos de la economía del bienestar y de la teoría de la elección social.
- - Formular los problemas económicos en términos analíticos, haciendo uso del lenguaje matemático adecuado al caso concreto y presentar la solución a cada problema de forma clara, describiendo las técnicas utilizadas, y el procedimiento utilizado para alcanzar el resultado, así como las conclusiones extraídas.
- - Aplicar los principios de la teoría de juegos y la microeconomía para analizar y cuantificar el impacto de las variaciones en el entorno económico y el comportamiento empresarial sobre el equilibrio de mercado y el bienestar social.

- Utilizar modelos macroeconómicos avanzados para evaluar de manera rigurosa el impacto de distintas políticas económicas para la identificación de supuestos y limitaciones de los modelos utilizados. - Demostrar la capacidad de interpretar datos económicos reales para analizar patrones y tendencias a nivel agregado.
- Delimitar con precisión los elementos tributarios de la obligación tributaria. - Integrar los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a empresas en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. - Aplicar los contenidos a la resolución de casos o supuestos prácticos obtenidos de la realidad económica. - Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones fiscales.
- Analizar e interpretar razonadamente los resultados obtenidos tras la búsqueda de información y su tratamiento estadístico, al hilo de las explicaciones teóricas realizadas.
- Utilizar modelos macroeconómicos avanzados para evaluar de manera rigurosa las interrelaciones entre variables macroeconómicas. - Demostrar la capacidad de interpretar datos económicos reales e integrarlos en los modelos anteriores.
- Aplicar los conocimientos teóricos de Micro y Macroeconomía en el estudio del mercado de trabajo. - Utilizar las herramientas estadísticas y econométricas en el estudio del mercado de trabajo.
- Elaborar propuestas de resolución de problemas de tributación empresarial y de planificación fiscal planteados en las clases de forma frecuente.
- Formular los problemas económicos en términos analíticos, haciendo uso del lenguaje econométrico adecuado al caso concreto y presentar la solución a cada problema de forma clara.
- Analizar los presupuestos de una administración pública e interpretar las políticas económicas que subyacen a los mismos. - Comprender los efectos de los gastos públicos en términos de eficiencia, incidencia y redistribución. - Comprender la naturaleza y el sistema de financiación de los gastos públicos relacionados con el bienestar social (tanto gastos sociales como prestaciones económicas) y su situación en España.
- Aplicar el rigor científico a las tareas desarrolladas en un entorno externo al ámbito educativo.
- Utilizar el rigor y el razonamiento matemático en el planteamiento, desarrollo y resolución de un problema de decisión o de un juego, con especial importancia en aquéllos que representan un problema económico.
- Evaluar el modelo español de federalismo fiscal, aplicando rigurosamente los conceptos básicos de la teoría.
- Identificar los factores sociales relevantes para el análisis económico.
- Establecer con rigor los trade-offs que rodean a todas las decisiones económicas. - Evaluar críticamente datos y noticias para identificar la información ambiental no veraz ni contrastada.
- Construir narrativas basadas exclusivamente en datos que integren análisis teóricos con evidencia empírica contrastada. - Evaluar críticamente datos y noticias para identificar la información económica no veraz ni contrastada, así como la forma de contrarrestarla.

HAB-2. Utilizar la tecnología y los programas informáticos para cuantificar los fenómenos económicos, haciendo uso de modelos económicos y estadísticas de datos.

- Usar software de matemáticas y programación para resolver problemas de forma ágil e interpretar los resultados.
- Manejar bases de datos oficiales y analizar el comportamiento del mercado haciendo uso de estos datos y Softwares básicos.
- Definir, caracterizar y calcular las medidas estadísticas descriptivas básicas para sintetizar la posición, la dispersión y la forma de la distribución de frecuencias de un conjunto de datos univariantes. - Analizar la relación entre dos variables estadísticas distinguiendo por el tipo de variable (cualitativa/cuantitativa) e identificar patrones de comportamiento cuantitativos y cualitativos.
- Emplear y planificar métodos de muestreo para extraer información de un fenómeno económico.
- Usar las herramientas informáticas precisas para aplicar las técnicas econométricas que permiten obtener resultados a partir de los datos.
- Usar las herramientas informáticas precisas para aplicar las técnicas de análisis de series temporales.
- Usar las bases de datos y las herramientas informáticas precisas para aplicar las técnicas que permiten obtener resultados dependiendo del tipo de los datos.
- Manejar la programación en la modelización econométrica, a través de los softwares más utilizados en los diferentes ámbitos profesionales para el análisis de datos económicos, financieros y de mercado.

- - Manejar la programación en la modelización econométrica, a través de los softwares más utilizados en los diferentes ámbitos profesionales para el análisis de datos económicos y/o financieros.

HAB-3. Realizar las principales tareas en el ámbito fiscal.

- - Cuantificar correctamente las obligaciones tributarias. - Tomar decisiones atendiendo a sus implicaciones tributarias.

HAB-4. Exponer con claridad los problemas económicos detectados en una situación concreta.

- - Identificar los principales retos a los que se han visto sometidas las economías modernas y expresar adecuadamente cómo han sido abordados. - Desarrollar opiniones argumentadas oralmente y por escrito sobre los principales problemas económicos de las sociedades modernas.
- - Utilizar el lenguaje y la representación formal adecuada para representar el problema detectado.
- - Derivar de los indicadores y macromagnitudes información económica relevante. - Elaborar textos de carácter económico mostrando capacidad de análisis y síntesis. - Describir razonadamente la realidad económica y explotar su contenido para intervenir en la economía.
- - Expresar una opinión fundamentada sobre los principales temas abordados, basada en la recopilación e interpretación de datos relevantes de naturaleza económica y social. - Argumentar por escrito de forma ordenada sobre los factores económicos que han incidido en la evolución de la economía española en diferentes periodos.
- - Ser parte activa en las puestas en común sobre problemas y temáticas más recientes discutidas por los agentes sociales y partidos para reelaborarlas como ejercicios y problemas en clase. - Exponer razonadamente los resultados obtenidos en el trabajo empírico.
- - Describir y analizar racionalmente los resultados econométricos en modelos con datos de corte transversal y sus limitaciones.
- - Analizar y describir racionalmente los resultados econométricos y sus limitaciones, en los modelos con datos de series temporales.
- - Identificar los problemas económicos globales derivados de cuestiones como el acceso a la tecnología, la seguridad y el medioambiente. - Desarrollar un pensamiento crítico al abordar dichas cuestiones.
- - Interpretar y analizar racionalmente los resultados econométricos y sus limitaciones.
- - Poner en común los ejercicios y problemas planteados. - Exponer razonadamente los resultados obtenidos en el trabajo empírico.
- - Identificar los problemas en los sectores en que interviene el sector público y expresarlos utilizando el lenguaje y los conceptos aprendidos en la asignatura.
- - Describir, interpretar y analizar racionalmente los resultados econométricos y sus limitaciones.
- - Detectar las implicaciones que para la política económica y la organización de la sociedad han tenido y tienen tales ideas.
- - Poner en común los casos analizados y planteados. - Exponer razonadamente las respuestas y conclusiones obtenidas tras la realización de los casos y tareas programadas.
- - Identificar las principales causas y efectos económicos y sociales de la globalización.
- - Elaborar ensayos breves y presentaciones orales sobre la dimensión social de los problemas económicos detectados.
- - Exponer los problemas econométricos detectados en los modelos utilizados con datos de series temporales.

HAB-5. Plantear diferentes soluciones a los problemas económicos detectados, y decidir la más adecuada, analizando su eficacia.

- - Evaluar correctamente las soluciones obtenidas en un problema matemático señalando sus limitaciones si las hubiera.
- - Plantear diversas propuestas de política económica (fiscal, monetaria o de oferta) de corto plazo para cumplir diferentes objetivos (incrementar el PIB o el empleo, reducir los precios, etc.). - Evaluar los diferentes resultados de cada política planteada y valorar si se cumplen los objetivos deseados.
- - Detectar posibles problemas en los modelos econométricos y buscar la solución más adecuada en cada caso.

- - Aprender a realizar el análisis interno de una empresa, identificando aquellos recursos y capacidades con potencial para generar una ventaja competitiva. - Conocer las estrategias genéricas básicas, así como las diferentes dimensiones de la estrategia corporativa de la empresa. - Conocer las decisiones más importantes vinculadas a la dirección de la producción de la empresa, y manejar las principales técnicas de resolución de problemas en el área de producción. - Conocer las decisiones más importantes vinculadas a la dirección de recursos humanos y aplicar las herramientas básicas relacionadas con la gestión de personas.
- - Plantear los contrastes necesarios para detectar y solucionar posibles problemas econométricos en los modelos con datos de series temporales.
- - Identificar los fallos de mercado y las políticas económicas que permiten alcanzar soluciones eficientes.
- - Entender las implicaciones y las relaciones entre la política fiscal y monetaria valorando la oportunidad de las distintas alternativas ante los problemas económicos detectados.
- - Plantear soluciones a posibles problemas de modelización econométrica, en función de los objetivos propuestos.
- - Identificar las ineficiencias que surgen en los mercados debido a comportamientos anticompetitivos de las empresas y evaluar las políticas económicas diseñadas para promover una mayor eficiencia. - Analizar el impacto de la información en la toma de decisiones de los agentes y proponer medidas que ayuden a alcanzar soluciones eficientes en contextos de asimetría informativa.
- - Plantear diversas propuestas de política económica fundamentadas en teorías macroeconómicas avanzadas para resolver problemas específicos, como crisis de desempleo o inestabilidad económica. Identificar las soluciones propuestas con base en modelos y análisis macroeconómicos y evaluar los posibles resultados y efectos secundarios. - Comparar los resultados esperados y seleccionar la opción más efectiva, considerando factores como el contexto económico, restricciones presupuestarias y los posibles impactos a corto y a largo plazo.
- - Plantear diversas propuestas de política económica fundamentadas en teorías macroeconómicas avanzadas para resolver problemas específicos, evaluando los posibles resultados y efectos secundarios. - Comparar los resultados esperados y seleccionar la opción más efectiva considerando las relaciones del modelo teórico estudiado.
- - Enumerar los mecanismos disponibles para regular las transacciones y ser capaz de identificar cuáles son los más adecuados para cada tipo de transacción.
- - Comprender las alternativas a la gestión tradicional y los conceptos que inspiran las reformas institucionales y organizativas que pueden diseñarse para mejorar la eficiencia en la gestión pública.
- - Plantear la solución a los problemas econométricos para decidir la especificación más adecuada dependiendo del objetivo del modelo.
- - Tomar decisiones estratégicas en el entorno de los mercados de información.
- - Identificar y debatir en el aula las consecuencias sociales de las diferentes soluciones a los problemas económicos detectados.
- - Plantear la solución a los problemas econométricos para decidir la especificación más adecuada con el objetivo de predecir.

HAB-6. Redactar proyectos de gestión económica y emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía a nivel internacional, nacional o regional.

- - Formular, interpretar y comprender, a un primer nivel, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- - Sobre la base de las teorías macroeconómicas básicas de corto plazo, redactar los efectos económicos que cabe esperar tras cualquier perturbación de alcance macroeconómico; en particular, tras la aplicación de políticas fiscales, monetarias o de oferta. - Asesorar sobre la política económica adecuada en función de los objetivos que se quieran conseguir (sobre PIB, empleo, precios, tipo de interés, etc.).
- - Describir y analizar con claridad la realidad económica y, a la vista de la situación, valorar las distintas alternativas de política económica coyuntural y su impacto sobre los agregados macroeconómicos.
- - Saber redactar un trabajo de econometría avanzada de forma rigurosa, que incluya el diagnóstico de la situación económica, la discusión de las posibles soluciones y sus consecuencias, así como la justificación de la solución finalmente propuesta.
- - Analizar y argumentar las posibles consecuencias de los comportamientos estratégicos adoptados por las empresas para incrementar su poder de mercado en diversos entornos competitivos.
- - Elaborar informes de análisis financiero que reflejen la situación de la empresa, identificando tanto fortalezas como áreas de mejora basadas en los principales instrumentos de análisis contable.

- - Identificar los principales problemas del mercado de trabajo en diferentes contextos y comunicar posibles soluciones a esos problemas. - Comparar actuaciones realizadas previas en otras economías.
- - Saber redactar un trabajo de econometría aplicada de forma rigurosa, que incluya el diagnóstico de la situación económica, la discusión de las posibles soluciones y sus consecuencias, así como la justificación de la solución finalmente propuesta.
- - Crear informes y proyectos sobre problemas ambientales concretos. - Utilizar técnicas de la Economía Ambiental para analizar casos específicos de problemas ambientales.
- - Saber redactar un trabajo de econometría aplicada de forma rigurosa, que incluya el diagnóstico de la situación económica, la discusión de las posibles soluciones a los problemas encontrados y sus consecuencias, así como la justificación de las predicciones propuestas.
- - Crear informes y proyectos interactivos para comunicar información económica de manera efectiva a distintos públicos usando diferentes soportes en función de los destinatarios. - Utilizar software (IA) y narrativas (storytelling) que, junto a las visualizaciones de datos, permitan redactar documentos persuasivos en dichos proyectos o informes.

HAB-7. Integrarse en la gestión de las empresas y de las administraciones públicas.

- - Procesar contablemente, a un primer nivel, la información de la actividad económico-financiera de la empresa, con especial referencia a las operaciones de cierre del ejercicio. - Analizar el efecto de las operaciones financieras en los estados financieros.
- - Analizar los conceptos más importantes relacionados con diseño organizativo y su relevancia en la consecución de los objetivos de la empresa.
- - Aplicar conceptos básicos de marketing en el contexto de las decisiones organizativas. - Identificar, analizar y evaluar las principales decisiones estratégicas que toman las empresas y administraciones públicas respecto a los instrumentos del marketing mix.
- - Saber aplicar técnicas de análisis contable y financiero en el entorno real de una empresa, evaluando su situación patrimonial y financiera para identificar los principales puntos de riesgo y oportunidad.
- - Comprender el proceso de toma de decisiones de los agentes económicos en el seno de las organizaciones. - Identificar y explicar los problemas organizativos básicos que surgen en el seno de las organizaciones: problema de coordinación y problema de incentivos. - Proponer diferentes mecanismos para la resolución de los problemas organizativos básicos que surgen en el seno de las organizaciones.
- - Desarrollar, presentar y defender un proyecto en el ámbito de la investigación de mercados y obtener conclusiones para la gestión organizacional. - Identificar, recolectar y analizar fuentes de información secundarias relevantes para una determinada necesidad de información. - Diseñar, recolectar y analizar fuentes de información primarias relevantes para una determinada necesidad de información. - Elegir la metodología de investigación más adecuada para una determinada necesidad de información. - Interpretar los resultados y extraer conclusiones relevantes.
- - Integrarse en una empresa o institución, realizando tareas del ámbito de la Economía que permitan adquirir experiencia para el futuro desarrollo profesional.
- - Ser un profesional dinámico, capaz de recopilar, analizar, interpretar y transformar los datos en decisiones de dirección.
- - Analizar el efecto de las operaciones presupuestarias y contables en los estados financieros. - Definir el papel de los estados contables y presupuestarios en la rendición de cuentas y toma de decisiones de las administraciones públicas.

HAB-8. Usar las tecnologías de la información y la comunicación en su desempeño profesional.

- - Aplicar herramientas de software financiero para la elaboración de informes y análisis de datos financieros. - Evaluar la efectividad de diferentes tecnologías de la información en la mejora de procesos empresariales y la toma de decisiones financieras.
- - Utilizar herramientas digitales y tecnologías de la información para optimizar tareas y resolver problemas en el ámbito profesional.
- - Utilizar las bases de datos internacionales de referencia: las del grupo Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Organización Mundial de Comercio, UNCTAD, etc - Realizar un tratamiento estadístico de la información obtenida a través de hojas de cálculo y determinados programas informáticos.
- - Ser capaz de elaborar informes estadísticos formulando las conclusiones que se desprenden del estudio.

- Utilizar en soporte informático las bases de datos y fuentes de información económica disponibles. - Utilizar hojas y programas de cálculo para la sistematización de la información y elaboración de las macromagnitudes e indicadores económicos. - Utilizar programas para la elaboración, edición y presentación de informes económicos.
- Utilizar herramientas digitales y tecnologías de la información para optimizar tareas y resolver problemas en el ámbito profesional.
- Buscar y seleccionar diversas fuentes especializadas para documentar un tema utilizando herramientas digitales.
- Buscar y seleccionar fuentes especializadas para documentar los resultados de las estimaciones y predicciones de los modelos.
- Desarrollar habilidades para buscar, seleccionar y analizar información obtenida a partir de fuentes digitales relevantes para la toma de decisiones de marketing. - Sintetizar y presentar información de marketing de manera eficaz mediante herramientas digitales.
- Analizar estudios de caso mediante análisis estadístico aplicado. - Aprender a extraer indicadores macroeconómicos y ver sus repercusiones en tiempo real en los mercados de divisas, bonos, commodities y equities.
- Manejar las herramientas electrónicas que facilita la AEAT para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Realizar un tratamiento estadístico de la información obtenida, procedente de las bases de datos internacionales, usando determinados programas informáticos.
- Utilizar herramientas de declaración tributaria electrónica ofrecidas por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT), y diversos simuladores de planificación fiscal con el objeto de reforzar con los mismos los contenidos teóricos abordados en las clases.
- Utilizar software relevante para su práctica profesional para la comunicación oral y escrita. - Familiarizarse con tipos de texto profesionales en entornos digitales y con su lenguaje específico. - Integrar el uso de webs especializadas (ej. thesaurus, collocation dictionaries, pronunciation dictionaries) para el aprendizaje del idioma.
- Detectar las fuentes de información adecuadas para recopilar datos económicos y financieros de distintas fuentes y transformarlos para ser usados en el análisis econométrico.
- Utilizar las principales herramientas de software disponibles para la recolección de información tanto primaria como secundaria. - Utilizar las principales herramientas de software disponibles para el análisis de datos.
- Gestionar y explotar una Base de Datos para realizar un análisis de los mismos y aplicar la información extraída en la toma de decisiones económicas. - Aplicar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones a la resolución de los problemas de decisión.
- Aplicar herramientas de software financiero para la elaboración de informes y análisis de datos financieros. - Evaluar la efectividad de diferentes tecnologías de la información en la mejora de procesos de entidades financieras y la toma de decisiones.
- Conocer y aplicar las técnicas para el análisis automatizado de toma de decisiones, la gestión de procesos de negocio y de los distintos sistemas de información y redes sociales que pueden utilizarse para la creación de valor.
- Detectar las fuentes de información adecuadas para recopilar datos económicos y financieros de distintas fuentes y transformarlos para ser usados en el análisis econométrico con el objeto de obtener predicciones económicas y financieras.

HAB-9. Ser capaz de elaborar de forma individual un ejercicio original, consistente en un trabajo en el ámbito de la Economía, en el que se sinteticen e integren las competencias adquiridas en las enseñanzas.

- Trabajar en las diferentes etapas de un proyecto que relaciona diferentes aspectos de la Economía, usando los instrumentos más adecuados para ello. - Sintetizar y presentar adecuadamente los objetivos del proyecto, las etapas, los resultados y las conclusiones obtenidas.

HAB-10. Analizar una cuestión utilizando conceptos, métodos y herramientas de la economía.

- Aplicar conceptos económicos básicos vinculados a la oferta, la demanda y las instituciones a la contextualización y comprensión de los distintos eventos históricos estudiados, evaluando su impacto en el desarrollo económico global. - Utilizar métodos cuantitativos y cualitativos a partir de series temporales y microdatos para la identificación e interpretación de patrones económicos.

- - Resolver los casos prácticos que se planteen a partir de la información disponible en las fuentes bibliográficas y estadísticas internacionales. - Redactar informes en los que se sintetice la información económica relevante relativa al entorno mundial
- - Debater sobre temas de actualidad, abordados en medios de comunicación y/o discutidos en parlamentos. - Interpretar correctamente la ¿Literatura gris¿ de entidades, organizaciones que abordan cuestiones relevantes con enfoques de Economía Aplicada. - Afrontar con rigor materias tratadas de forma superficial.
- - Identificar los principales fallos del mercado en la asignación eficiente de los recursos, la problemática económica asociada y de evaluar los instrumentos de intervención disponibles para su corrección. - Formalizar los criterios sociales de equidad, entender las razones de la intervención pública en la redistribución de la renta y evaluar los instrumentos de intervención disponibles en este ámbito. - Analizar los efectos de las reglas de votación habitualmente utilizadas en la toma de decisiones colectivas. - Analizar con criterios económicos el comportamiento de los agentes que participan en la toma y ejecución de las decisiones públicas en los sistemas democráticos e identificar los principales fallos del sector público.
- - Llevar a cabo un análisis económico de los principales impuestos de cualquier sistema fiscal: en especial, del IRPF y el IVA.
- - Comprender los fundamentos, la utilidad y las características esenciales de las técnicas de evaluación de la eficiencia productiva y económica.
- - Reflexionar y argumentar, utilizando correctamente los conceptos económicos más generales.
- - Utilizar los conceptos, métodos y herramientas económicos aprendidos y llevar a cabo con rigor el diagnóstico de la situación, y el planteamiento y resolución de casos.
- Razonar en términos de política económica.
- - Evaluar la organización territorial de la hacienda pública en un país descentralizado y compararla con el modelo español.
- - Considerar las dimensiones sociales de los conceptos, métodos y herramientas de la economía.

HAB-11. Distinguir las diversas políticas económicas aplicables y sus efectos.

- - Describir e identificar los cambios que se producen en el comportamiento de los agentes económicos y su interacción ante determinadas políticas económicas.
- - Identificar la secuencia de efectos de las diversas decisiones de política económica en base a la teoría macroeconómica básica de corto plazo, y desarrollar el análisis matemático y gráfico, distinguiendo diferentes objetivos e instrumentos de Políticas fiscales, Políticas monetarias y Políticas de oferta. - Evaluar cómo estas distintas políticas económicas afectan a las principales variables macroeconómicas como la producción, el nivel de precios, el empleo o los tipos de interés.
- - Describir y predecir los cambios sobre el equilibrio y el bienestar de los agentes que puede producir una intervención gubernamental.
- - Razonar, de acuerdo a los resultados del trabajo empírico, cómo pueden afectar determinadas políticas económicas expuestas y razonadas en la parte teórica. - Establecer debates de acuerdo a artículos y noticias de actualidad que versen sobre el tema.
- - Analizar los impactos diferenciales de políticas fiscales, monetarias y comerciales sobre las fluctuaciones del ciclo económico y el equilibrio del sector exterior, considerando los contextos nacionales e internacionales. - Evaluar la efectividad de distintas políticas económicas en la mitigación de los ciclos económicos, utilizando indicadores como inflación, desempleo o tipos de cambio. - Argumentar, desde una perspectiva fundamentada, las ventajas y desventajas de aplicar políticas específicas frente a escenarios económicos concretos, como recesiones o déficits en la balanza comercial.
- - Predecir y explicar el resultado de la interacción de los agentes en un mercado competitivo.
- - Conocer los objetivos e instrumentos de la política monetaria y la política fiscal.
- - Identificar los principales factores del crecimiento y comprender cómo les afectan las políticas económicas. - Diseñar las políticas económicas más adecuadas para conseguir un crecimiento sostenido y sostenible en el largo plazo.
- - Anticipar los impactos de los comportamientos anticompetitivos de las empresas y fundamentar la necesidad de una regulación que proteja y promueva la competencia.
- - Identificar y explicar las principales políticas económicas, como la política fiscal, como la monetaria y los shocks de oferta, diferenciando sus objetivos, mecanismos de acción y supuestos teóricos. Reconocer cuándo y por qué cada política es aplicable en distintos contextos económicos. - Evaluar cómo distintas

políticas económicas afectan al crecimiento económico, la inflación, el empleo y tipos de interés. Analizar tanto los efectos a corto y largo plazo, como las posibles consecuencias no deseadas, utilizando modelos macroeconómicos avanzados y evidencia empírica.

- - Razonar, de acuerdo a los resultados del trabajo empírico, cómo pueden afectar determinadas políticas comerciales expuestas y razonadas en la parte teórica. - Establecer debates de acuerdo a artículos y noticias de actualidad que versen sobre el tema.
- - Evaluar el efecto de las políticas económicas sobre el crecimiento económico, la inflación, el empleo y tipos de interés mediante modelos macroeconómicos avanzados y evidencia empírica.
- - Comprender y predecir el efecto de diferentes políticas en el mercado de trabajo. - Anticipar los posibles efectos de la no aplicación de políticas públicas en el mercado de trabajo.
- - Identificar las políticas económicas aplicables, tanto de demanda como de oferta, y evaluar sus efectos en la situación económica actual. Distinguir las medidas de corto y largo plazo, y la necesidad de complementar las acciones más coyunturales con reformas estructurales de mayor envergadura. - Aplicar los conocimientos adquiridos de esta índole, poner en común y debatir sobre artículos y notas de prensa de actualidad.

HAB-12. Manejar la modelización económica para expresar los hechos económicos, y explotar los resultados que pueden derivarse de los modelos.

- - Plantear correctamente problemas matemáticos que surgen de una realidad económica, resolverlos adecuadamente e interpretar la solución.
- - Identificar los elementos clave del funcionamiento de una economía globalmente considerada y argumentar cuál es su papel en ésta.
- - Plantear correctamente problemas matemáticos que surgen de una realidad económica, resolverlos adecuadamente e interpretar la solución.
- - Identificar cómo cambia la solución de los problemas de decisión de los agentes económicos cuando se producen cambios en el entorno.
- - Conocer y aplicar las técnicas estadísticas inferenciales con el objeto de tomar decisiones con rigor científico.
- - Formular modelos macroeconómicos básicos para analizar políticas de oferta o demanda y otras posibles perturbaciones de alcance global. - Resolver los modelos planteados en base a la teoría macroeconómica, analítica y gráficamente. - Interpretar los resultados generados por dichos modelos. - Redactar recomendaciones de política económica en base a los resultados obtenidos.
- - Comprender las implicaciones del análisis de equilibrio general competitivo sobre la eficiencia de los mercados.
- - Explotar los modelos econométricos realizando tanto análisis estructural como predicciones, valorando la magnitud de la influencia de cada variable económica, y su efecto sobre el conjunto del modelo.
- - Construir modelos macroeconómicos dinámicos básicos que integren variables como la demanda agregada, la oferta agregada y el sector exterior, para explicar los ciclos económicos y las tendencias de largo plazo. - Interpretar los resultados derivados de modelos económicos aplicados a fenómenos macroeconómicos específicos, como fluctuaciones en el comercio internacional o cambios en las tasas de interés. - Utilizar herramientas de simulación económica para analizar escenarios hipotéticos, como los efectos de una devaluación monetaria o un aumento en las exportaciones, y extraer conclusiones para la toma de decisiones.
- - Explotar la cuantificación de los modelos económicos realizando tanto predicciones como análisis estructural, valorando la magnitud de la influencia de cada variable económica, y su efecto sobre el conjunto del modelo.
- - Modelizar la incidencia económica y los costes de eficiencia de un impuesto.
- - Deducir e interpretar correctamente las propiedades normativas del equilibrio competitivo.
- - Explotar la cuantificación de los modelos económicos realizando tanto predicciones como análisis de causalidad, valorando la magnitud de la influencia de cada variable económica, y su efecto sobre el conjunto del modelo.
- - Describir y predecir el comportamiento de los agentes económicos cuando existe información asimétrica.
- - Construir y adaptar modelos macroeconómicos para representar situaciones económicas reales. Formular y adaptar modelos macroeconómicos avanzados para representar fenómenos económicos concretos tales como fluctuaciones cíclicas, crecimiento económico o shocks de oferta y demanda. - Extraer y analizar implicaciones económicas a partir de modelos teóricos. Interpretar resultados generados por modelos

macroeconómicos y derivar conclusiones prácticas a partir de ellos, evaluando cómo los resultados pueden aplicarse a la resolución de problemas económicos.

- - Construir y adaptar modelos macroeconómicos para representar situaciones económicas sacadas de los datos reales. - Extraer y analizar implicaciones económicas a partir de modelos teóricos. Esto incluye interpretación de resultados y extracción de conclusiones prácticas a partir de ellos.
- - Utilizar los datos e información existente para contrastar la validez de los modelos teóricos en Economía Laboral. - Utilizar los datos y estadísticas adecuadas para ofrecer un diagnóstico de la situación del mercado de trabajo de una economía y predecir su posible comportamiento futuro.
- - Elaborar propuestas de resolución de problemas de tributación empresarial y de planificación fiscal utilizando de forma crítica distintos modelos y procedimientos teóricos explicados en las clases.
- - Explotar los modelos econométricos realizando tanto predicciones como análisis estructural, valorando la magnitud de la influencia de cada variable económica.
- - Identificar las necesidades y requerimientos previos a la resolución de un problema de decisión complejo planteado en el entorno económico, caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios. - Construir modelos para la resolución de problemas de Toma de Decisiones en el campo de la Economía. - Desarrollar estrategias que permitan determinar la técnica más adecuada para la resolución de un problema determinado
- - Plantear correctamente problemas de decisión y de juegos que surgen en la realidad económica. - Resolver el juego con las técnicas matemáticas estudiadas. - Interpretar los resultados en el contexto económico original, señalando las posibles limitaciones.
- - Manejar herramientas decisionales tradicionales con una orientación cognitiva acorde con la visión holística de la realidad. - Conocer las diferentes aproximaciones seguidas para abordar la resolución científica de los problemas relativos al gobierno de la sociedad.
- - Explotar los modelos económicos para realizar predicciones y análisis estructural de series económicas y/o financieras y obtener conclusiones de las mismas.

6.3 Competencias:

CTR-1. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

- - Que un economista desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- - Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. - Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas. - Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. - Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.
- - Que un economista desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- - Que un economista desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento. - Evaluar los indicadores de sostenibilidad a introducir en el estado de información no financiera de las entidades locales.

CTR-2. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

- - Que un economista pueda colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Que un economista pueda colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Definir de manera conjunta los objetivos del trabajo en equipo. - Cooperar con personas con un fin común. - Asumir responsabilidad en un trabajo conjunto. - Identificar las diferentes funciones a desempeñar dentro del equipo.

CTR-3. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Profundizar en un tema económico que requiera un estudio desde diferentes perspectivas, y seleccionar y limitar el uso y aplicación de los conceptos, metodologías e informaciones adquiridas previamente. - Identificar las diferencias entre hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. - Identificar y evaluar las posibles consecuencias de las decisiones económicas, así como proponer estrategias de actuación alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre temas contables siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema de Análisis Financiero, siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Saber cuáles son los nuevos retos y necesidades que plantea la toma científica de las decisiones en la conocida como Sociedad del Conocimiento.
- - Que un economista razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

CTR-4. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

- - Que un economista comprenda y regule las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.
- - Identificar las emociones personales y desarrollar resiliencia para afrontar situaciones críticas en el desempeño profesional. - Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas. - Presentar una actitud positiva y constructiva ante las diferentes situaciones.
- - Identificar las emociones internas personales y desarrollar resiliencia para afrontar situaciones críticas en el desempeño profesional. - Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas. - Presentar una actitud positiva y constructiva ante las diferentes situaciones.

CTR-5. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

- - Que un economista diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un economista pueda diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. - Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. - Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.
- - Estar al corriente de las nuevas aproximaciones científicas (multicriterio) seguidas en la resolución de los problemas complejos caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios. - Integrar en los procesos decisionales lo objetivo, racional y tangible asociado a la ciencia tradicional con lo subjetivo, emocional e intangible asociado al factor humano.

CTR-6. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

- - Que un economista utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

- - Que un economista utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada, favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Acceder continuadamente a distintas fuentes de información y recursos disponibles para seguir aprendiendo. - Iniciar el aprendizaje y persistir en él para gestionar el tiempo y la información eficazmente. - Utilizar de manera segura y crítica las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. - Diseñar y desarrollar estrategias de aprendizaje propias para ampliar lo aprendido según las necesidades personales y profesionales.
- - Que un economista utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de la ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

CTR-7. Comunicación oral y escrita. Saber comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.

- - Que un economista sepa comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.
- - Que un economista sepa comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia, no sólo en nuestro idioma sino también en otra lengua.

CTR-8. Tecnología y Digitalización. Manejar diferentes recursos tecnológicos, cada vez más sofisticados, seleccionando el más adecuado para cada objetivo concreto.

- - Que un economista maneje diferentes recursos tecnológicos, cada vez más sofisticados, y seleccione el más adecuado para cada objetivo concreto.
- - Que un economista sepa manejar diferentes recursos tecnológicos, cada vez más sofisticados, seleccionando el más adecuado para cada objetivo concreto.

CTR-9. Ética laboral. Desenvolverse con sinceridad y valores, y tener una actitud de compromiso con el trabajo desarrollado.

- - Que un economista se desenvuelva con sinceridad y valores, y tenga una actitud de compromiso con el trabajo desarrollado.

7. ESTRUCTURA DE LA TITULACIÓN

Módulo	Análisis de Datos Económicos, Financieros y de Mercado (51 ECTS)	
Matería	Análisis Económico (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Economía Financiera y Contabilidad (9 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Instrumentos para el Análisis Económico (9 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Macroeconomía (6 ECTS)	
	Asignaturas	

Matería	Marketing (3 ECTS)
Asignaturas	Investigación de Mercados (3 ECTS)
Matería	Microeconomía (6 ECTS)
Asignaturas	Análisis del Mercado de Trabajo (6 ECTS)
Matería	Métodos Cuantitativos (3 ECTS)
Asignaturas	Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión (3 ECTS)
Matería	Organización y Dirección de Empresas (3 ECTS)
Asignaturas	Business Intelligence (3 ECTS)
Matería	Sociología (6 ECTS)
Asignaturas	Sociología (6 ECTS)

Módulo	Economía Pública y Fiscalidad (51 ECTS)	
Matería	Derecho (6 ECTS)	
Asignaturas	Derecho Público en Economía (6 ECTS)	
Matería	Economía Financiera y Contabilidad (6 ECTS)	
Asignaturas	Contabilidad de las Administraciones Públicas (6 ECTS)	
Matería	Entorno Económico (6 ECTS)	
Asignaturas	Entorno Económico (6 ECTS)	
Matería	Historia Económica (6 ECTS)	
Asignaturas	Globalización e Historia (6 ECTS)	
Matería	Intervención Pública (18 ECTS)	
Asignaturas	Economía de la Gestión Pública (3 ECTS)	
	Estrategias Fiscales Empresariales (6 ECTS)	
	Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto (6 ECTS)	
	Hacienda Autonómica y Local (3 ECTS)	
Matería	Métodos Cuantitativos (3 ECTS)	
Asignaturas	Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas (3 ECTS)	

Materia	Organización y Dirección de Empresas (3 ECTS)
Asignaturas	Diseño organizativo (3 ECTS)
Materia	Pensamiento Económico (3 ECTS)
Asignaturas	Pensamiento Económico (3 ECTS)

Módulo	Formación Básica (60 ECTS)	
Materia	Análisis Económico (6 ECTS)	
Asignaturas	Principios de Economía (6 ECTS)	
Materia	Derecho (6 ECTS)	
Asignaturas	Fundamentos de Derecho Privado Patrimonial y Contratación Digital (6 ECTS)	
Materia	Economía Financiera y Contabilidad (6 ECTS)	
Asignaturas	Introducción a las Finanzas (6 ECTS)	
Materia	Entorno Económico (12 ECTS)	
Asignaturas	Economía Mundial (6 ECTS)	
	Introducción a la Economía Aplicada (6 ECTS)	
Materia	Historia Económica (6 ECTS)	
Asignaturas	Historia Económica Mundial (6 ECTS)	
Materia	Instrumentos para el Análisis Económico (12 ECTS)	
Asignaturas	Matemáticas para la Economía I (6 ECTS)	
	Matemáticas para la Economía II (6 ECTS)	
Materia	Microeconomía (6 ECTS)	
Asignaturas	Microeconomía I: Consumo y Producción (6 ECTS)	
Materia	Métodos Cuantitativos (6 ECTS)	
Asignaturas	Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos (6 ECTS)	

Módulo	Formación Obligatoria (132 ECTS)
---------------	----------------------------------

Matería	Economía Financiera y Contabilidad (6 ECTS)
Asignaturas	Introducción a la Contabilidad (6 ECTS)

Matería	Entorno Económico (18 ECTS)
Asignaturas	Economía Española (6 ECTS)
	Desafíos Económicos Globales (6 ECTS)
	Economía Internacional (6 ECTS)

Matería	Historia Económica (6 ECTS)
Asignaturas	Historia Económica de España (6 ECTS)

Matería	Instrumentos para el Análisis Económico (18 ECTS)
Asignaturas	Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)
	Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)
	Econometría Avanzada: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)

Matería	Intervención Pública (24 ECTS)
Asignaturas	Fundamentos de la Intervención Pública (6 ECTS)
	Economía de la Imposición (6 ECTS)
	Política Económica (6 ECTS)
	Sistema Fiscal Español (6 ECTS)

Matería	Macroeconomía (24 ECTS)
Asignaturas	Macroeconomía I: Producción, Dinero y Precios (6 ECTS)
	Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior (6 ECTS)
	Macroeconomía Avanzada (6 ECTS)
	Macroeconomía Dinámica (6 ECTS)

Matería	Marketing (6 ECTS)
Asignaturas	Fundamentos de Marketing (6 ECTS)

Matería	Microeconomía (18 ECTS)
Asignaturas	Microeconomía II: Mercados (6 ECTS)
	Microeconomía Avanzada (6 ECTS)
	Economía Industrial (6 ECTS)

Matería	Métodos Cuantitativos (6 ECTS)
Asignaturas	Estadística y Ciencia de Datos en Economía (6 ECTS)
Matería	Organización y Dirección de Empresas (6 ECTS)
Asignaturas	Organización y Dirección de Empresas (6 ECTS)

Módulo	Optativas (15 ECTS)	
Matería	Idioma (3 ECTS)	
Asignaturas	Inglés para Economistas (3 ECTS)	
Matería	Interdisciplinar (6 ECTS)	
Asignaturas	Interdisciplinar (6 ECTS)	
Matería	Prácticas externas (6 ECTS)	
Asignaturas	Prácticas externas (6 ECTS)	

Módulo	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)	
Matería	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)	
Asignaturas	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)	

8. DEFINICIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo	Análisis de Datos Económicos, Financieros y de Mercado		
Matería	Análisis Económico		
Asignatura	Nombre	Decisión y Juegos	
	Nombre en Inglés	Decisions and Games	
	Tipología	Optativa	
	Ámbito (si FB)		
	Curso	Cuarto curso	
	Semestre o Semestres	Segundo semestre	
	Mención Dual	No	
	ECTS	6	

	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Economía Financiera y Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Análisis Financiero
	Nombre en Inglés	Financial Analysis
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Banca y Mercados Financieros
	Nombre en Inglés	Banking and Financial Markets
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	

	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Materia	Instrumentos para el Análisis Económico	
Asignatura	Nombre	Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía
	Nombre en Inglés	Introduction to Programming and Applying Data Analysis in Economics
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Técnicas de Predicción
	Nombre en Inglés	Forecasting Techniques
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Materia	Macroeconomía	

Asignatura	Nombre	Sostenibilidad e Innovación
	Nombre en Inglés	Sustainability and Innovation
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Visualización y Comunicación de Información Económica
	Nombre en Inglés	Visualisation and Communication of Economic Information
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Matería	Marketing	
Asignatura	Nombre	Investigación de Mercados
	Nombre en Inglés	Market Research

	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Microeconomía	
Asignatura	Nombre	Análisis del Mercado de Trabajo
	Nombre en Inglés	Labour Market Analysis
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Métodos Cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión
	Nombre en Inglés	ICT for Decision-Making
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	Organización y Dirección de Empresas	
Asignatura	Nombre	Business Intelligence
	Nombre en Inglés	Business Intelligence
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Sociología	
Asignatura	Nombre	Sociología
	Nombre en Inglés	Sociology
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No

ECTS	6
Idioma	Español
Modalidad	Presencial
Punto Control	
RA Específico	
Área de conocimiento vinculada	Sociología

Módulo	Economía Pública y Fiscalidad
---------------	-------------------------------

Materia	Derecho	
Asignatura	Nombre	Derecho Público en Economía
	Nombre en Inglés	Public Law in Economics
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Administrativo

Materia	Economía Financiera y Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Contabilidad de las Administraciones Públicas
	Nombre en Inglés	Public Sector Accounting
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Entorno Económico	
Asignatura	Nombre	Entorno Económico
	Nombre en Inglés	Economic Overview
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Historia Económica	
Asignatura	Nombre	Globalización e Historia
	Nombre en Inglés	Globalization and History
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Historia e Instituciones Económicas

Matería	Intervención Pública	
Asignatura	Nombre	Economía de la Gestión Pública
	Nombre en Inglés	Public Management Economics
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Estrategias Fiscales Empresariales
	Nombre en Inglés	Business Tax Strategies
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto

	Nombre en Inglés	Public Budget and Expenditure Policies
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Hacienda Autonómica y Local
	Nombre en Inglés	Regional and Local Taxes
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Materia	Métodos Cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas
	Nombre en Inglés	E-Government and Public Decisions
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

Semestre o Semestres	Segundo semestre
Mención Dual	No
ECTS	3
Idioma	Español
Modalidad	Presencial
Punto Control	
RA Específico	
Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Matería	Organización y Dirección de Empresas	
Asignatura	Nombre	Diseño organizativo
	Nombre en Inglés	Organization Design
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Pensamiento Económico	
Asignatura	Nombre	Pensamiento Económico
	Nombre en Inglés	Economic Thought
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Módulo	Formación Básica
---------------	------------------

Matería	Análisis Económico	
Asignatura	Nombre	Principios de Economía
	Nombre en Inglés	Principles of Economics
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Derecho	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de Derecho Privado Patrimonial y Contratación Digital
	Nombre en Inglés	Principles of Private Patrimonial Law and Digital Contracting
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Derecho Civil; y (2) Derecho Mercantil

Matería	Economía Financiera y Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Introducción a las Finanzas
	Nombre en Inglés	Introduction to Finance
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Entorno Económico	
Asignatura	Nombre	Economía Mundial
	Nombre en Inglés	World Economy
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Introducción a la Economía Aplicada
	Nombre en Inglés	Introduction to Applied Economics
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Materiá	Historia Económica	
Asignatura	Nombre	Historia Económica Mundial
	Nombre en Inglés	World Economic History
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Historia e Instituciones Económicas

Materia	Instrumentos para el Análisis Económico	
Asignatura	Nombre	Matemáticas para la Economía I
	Nombre en Inglés	Mathematics for Economics I
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Matemáticas para la Economía II
	Nombre en Inglés	Mathematics for Economics II
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo

	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Microeconomía	
Asignatura	Nombre	Microeconomía I: Consumo y Producción
	Nombre en Inglés	Microeconomics I: Consumption and Production
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Métodos Cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos
	Nombre en Inglés	Introduction to Statistics and Data Science
	Tipología	Formación básica

	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Módulo	Formación Obligatoria	
Matería	Economía Financiera y Contabilidad	
Asignatura	Nombre	Introducción a la Contabilidad
	Nombre en Inglés	Introduction to Accounting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Matería	Entorno Económico	
Asignatura	Nombre	Economía Española
	Nombre en Inglés	Spanish Economy

	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Desafíos Económicos Globales
	Nombre en Inglés	Global Economic Challenges
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Economía Internacional
	Nombre en Inglés	International Economics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Historia Económica	
Asignatura	Nombre	Historia Económica de España
	Nombre en Inglés	Spanish Economic History
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Historia e Instituciones Económicas

Matería	Instrumentos para el Análisis Económico	
Asignatura	Nombre	Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos
	Nombre en Inglés	Introduction to Econometrics: Data Analysis and Processing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos
	Nombre en Inglés	Intermediate Econometrics: Data Analysis and Processing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Econometría Avanzada: Análisis y Tratamiento de Datos
	Nombre en Inglés	Advanced Econometrics: Data Analysis and Processing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Intervención Pública	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de la Intervención Pública
	Nombre en Inglés	Principles of Public Intervention
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Economía de la Imposición
	Nombre en Inglés	Economics of Taxation
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Política Económica
	Nombre en Inglés	Economic Policy
	Tipología	Obligatoria

	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Sistema Fiscal Español
	Nombre en Inglés	Spanish Tax System
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Derecho Financiero y Tributario; y (2) Economía Aplicada

Matería	Macroeconomía	
Asignatura	Nombre	Macroeconomía I: Producción, Dinero y Precios
	Nombre en Inglés	Macroeconomics I: Production, Money and Prices
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior
	Nombre en Inglés	Macroeconomics II: Inflation, Growth and External Sector
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Macroeconomía Avanzada
	Nombre en Inglés	Advanced Macroeconomics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Macroeconomía Dinámica
	Nombre en Inglés	Dynamics Macroeconomics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Marketing	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de Marketing
	Nombre en Inglés	Principles of Marketing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Microeconomía	
Asignatura	Nombre	Microeconomía II: Mercados
	Nombre en Inglés	
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Microeconomía Avanzada
	Nombre en Inglés	Advanced Microeconomics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Economía Industrial
	Nombre en Inglés	Industrial Economics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Métodos Cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Estadística y Ciencia de Datos en Economía
	Nombre en Inglés	Statistics and Data Science in Economics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	Organización y Dirección de Empresas	
Asignatura	Nombre	Organización y Dirección de Empresas
	Nombre en Inglés	Business Organization and Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso

	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Módulo Optativas

Materia	Idioma	
Asignatura	Nombre	Inglés para Economistas
	Nombre en Inglés	English Language for Economists
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Inglesa

Materia	Interdisciplinar	
Asignatura	Nombre	Interdisciplinar
	Nombre en Inglés	Interdisciplinar
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Sin área de conocimiento vinculada

Materia	Prácticas externas	
Asignatura	Nombre	Prácticas externas
	Nombre en Inglés	Internships
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Administrativo; (3) Derecho Civil; (4) Economía Aplicada; (5) Economía Financiera y Contabilidad; (6) Filología Inglesa; (7) Fundamentos del Análisis Económico; (8) Historia e Instituciones Económicas; (9) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (10) Organización de Empresas; y (11) Sociología

Módulo	Trabajo Fin de Grado	
Materia	Trabajo Fin de Grado	
Asignatura	Nombre	Trabajo Fin de Grado
	Nombre en Inglés	Final Degree Project

	Tipología	Trabajo fin de Grado
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	(1) Inteligencia emocional; y (2) Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Administrativo; (3) Derecho Civil; (4) Economía Aplicada; (5) Economía Financiera y Contabilidad; (6) Filología Inglesa; (7) Fundamentos del Análisis Económico; (8) Historia e Instituciones Económicas; (9) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (10) Organización de Empresas; y (11) Sociología

9. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LA TITULACIÓN

9.1 Distribución de Asignaturas

Curso 1					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Fundamentos de Derecho Privado Patrimonial y Contratación Digital	FB	6	Economía Mundial	FB	6
Historia Económica Mundial	FB	6	Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos	FB	6
Introducción a las Finanzas	FB	6	Introducción a la Economía Aplicada	FB	6
Matemáticas para la Economía I	FB	6	Matemáticas para la Economía II	FB	6
Principios de Economía	FB	6	Microeconomía I: Consumo y Producción	FB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 1					60
Curso 2					

Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Estadística y Ciencia de Datos en Economía	OB	6	Economía Española	OB	6
Historia Económica de España	OB	6	Fundamentos de la Intervención Pública	OB	6
Introducción a la Contabilidad	OB	6	Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos	OB	6
Macroeconomía I: Producción, Dinero y Precios	OB	6	Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior	OB	6
Microeconomía II: Mercados	OB	6	Organización y Dirección de Empresas	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 2					60

Curso 3					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos	OB	6	Desafíos Económicos Globales	OB	6
Economía de la Imposición	OB	6	Econometría Avanzada: Análisis y Tratamiento de Datos	OB	6
Fundamentos de Marketing	OB	6	Economía Industrial	OB	6
Microeconomía Avanzada	OB	6	Macroeconomía Avanzada	OB	6
Política Económica	OB	6	Sistema Fiscal Español	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 3					60

Curso 4					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Economía Internacional	OB	6	Banca y Mercados Financieros	OP	6
Macroeconomía Dinámica	OB	6	Business Intelligence	OP	3
Análisis Financiero	OP	3	Contabilidad de las Administraciones Públicas	OP	6

Análisis del Mercado de Trabajo	OP	6	Decisión y Juegos	OP	6
Diseño organizativo	OP	3	Derecho Público en Economía	OP	6
Economía de la Gestión Pública	OP	3	Entorno Económico	OP	6
Estrategias Fiscales Empresariales	OP	6	Globalización e Historia	OP	6
Inglés para Economistas	OP	3	Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas	OP	3
Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía	OP	6	Hacienda Autonómica y Local	OP	3
Investigación de Mercados	OP	3	Interdisciplinar	OP	6
Pensamiento Económico	OP	3	Sociología	OP	6
Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto	OP	6	Sostenibilidad e Innovación	OP	3
Prácticas externas	OP	6	Técnicas de Predicción	OP	3
Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión	OP	3	Visualización y Comunicación de Información Económica	OP	3
			Trabajo Fin de Grado	TFG	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 4					135

9.2 Oferta Total de Asignaturas Optativas

Asignaturas	Curso	Semestre	ECTS
Análisis Financiero	Cuarto curso	Primer semestre	3
Análisis del Mercado de Trabajo	Cuarto curso	Primer semestre	6
Diseño organizativo	Cuarto curso	Primer semestre	3
Economía de la Gestión Pública	Cuarto curso	Primer semestre	3
Estrategias Fiscales Empresariales	Cuarto curso	Primer semestre	6
Inglés para Economistas	Cuarto curso	Primer semestre	3
Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía	Cuarto curso	Primer semestre	6

Investigación de Mercados	Cuarto curso	Primer semestre	3
Pensamiento Económico	Cuarto curso	Primer semestre	3
Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto	Cuarto curso	Primer semestre	6
Prácticas externas	Cuarto curso	Primer semestre	6
Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión	Cuarto curso	Primer semestre	3
Banca y Mercados Financieros	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Business Intelligence	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Contabilidad de las Administraciones Públicas	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Decisión y Juegos	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Derecho Público en Economía	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Entorno Económico	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Globalización e Historia	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Hacienda Autonómica y Local	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Interdisciplinar	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Sociología	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Sostenibilidad e Innovación	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Técnicas de Predicción	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Visualización y Comunicación de Información Económica	Cuarto curso	Segundo semestre	3

9.3 Distribución de Asignaturas Optativas por Menciones o Mención Dual

Denominación Mención	
Análisis de Datos Económicos, Financieros y de Mercado (66 ECTS)	

Asignaturas de la Mención	ECTS
Análisis Financiero	3
Análisis del Mercado de Trabajo	6
Inglés para Economistas	3
Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía	6
Investigación de Mercados	3
Prácticas externas	6
Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión	3
Banca y Mercados Financieros	6
Business Intelligence	3
Decisión y Juegos	6
Sociología	6
Sostenibilidad e Innovación	3
Técnicas de Predicción	3
Visualización y Comunicación de Información Económica	3

Economía Pública y Fiscalidad (66 ECTS)

Asignaturas de la Mención	ECTS
Diseño organizativo	3
Economía de la Gestión Pública	3
Estrategias Fiscales Empresariales	6
Inglés para Economistas	3
Pensamiento Económico	3
Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto	6
Prácticas externas	6
Contabilidad de las Administraciones Públicas	6
Derecho Público en Economía	6
Entorno Económico	6
Globalización e Historia	6
Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas	3
Hacienda Autonómica y Local	3

Asignaturas con mención dual	ECTS
<i>No hay asignaturas optativas con mención dual</i>	

10. ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS

Asignaturas	Áreas de conocimiento vinculadas
Fundamentos de Derecho Privado Patrimonial y Contratación Digital	(1) Derecho Civil; y (2) Derecho Mercantil
Historia Económica Mundial	Historia e Instituciones Económicas
Introducción a las Finanzas	Economía Financiera y Contabilidad
Matemáticas para la Economía I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Principios de Economía	Fundamentos del Análisis Económico
Economía Mundial	Economía Aplicada
Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Introducción a la Economía Aplicada	Economía Aplicada
Matemáticas para la Economía II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Microeconomía I: Consumo y Producción	Fundamentos del Análisis Económico
Estadística y Ciencia de Datos en Economía	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Historia Económica de España	Historia e Instituciones Económicas
Introducción a la Contabilidad	Economía Financiera y Contabilidad
Macroeconomía I: Producción, Dinero y Precios	Fundamentos del Análisis Económico
Microeconomía II: Mercados	Fundamentos del Análisis Económico
Economía Española	Economía Aplicada
Fundamentos de la Intervención Pública	Economía Aplicada
Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos	Fundamentos del Análisis Económico
Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior	Fundamentos del Análisis Económico
Organización y Dirección de Empresas	Organización de Empresas
Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos	Fundamentos del Análisis Económico
Economía de la Imposición	Economía Aplicada

Fundamentos de Marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Microeconomía Avanzada	Fundamentos del Análisis Económico
Política Económica	Economía Aplicada
Desafíos Económicos Globales	Economía Aplicada
Econometría Avanzada: Análisis y Tratamiento de Datos	Fundamentos del Análisis Económico
Economía Industrial	Fundamentos del Análisis Económico
Macroeconomía Avanzada	Fundamentos del Análisis Económico
Sistema Fiscal Español	(1) Derecho Financiero y Tributario; y (2) Economía Aplicada
Economía Internacional	Economía Aplicada
Macroeconomía Dinámica	Fundamentos del Análisis Económico
Análisis Financiero	Economía Financiera y Contabilidad
Análisis del Mercado de Trabajo	Fundamentos del Análisis Económico
Diseño organizativo	Organización de Empresas
Economía de la Gestión Pública	Economía Aplicada
Estrategias Fiscales Empresariales	Economía Aplicada
Inglés para Economistas	Filología Inglesa
Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía	Fundamentos del Análisis Económico
Investigación de Mercados	Comercialización e Investigación de Mercados
Pensamiento Económico	Economía Aplicada
Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto	Economía Aplicada
Prácticas externas	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Administrativo; (3) Derecho Civil; (4) Economía Aplicada; (5) Economía Financiera y Contabilidad; (6) Filología Inglesa; (7) Fundamentos del Análisis Económico; (8) Historia e Instituciones Económicas; (9) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (10) Organización de Empresas; y (11) Sociología
Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Banca y Mercados Financieros	Economía Financiera y Contabilidad
Business Intelligence	Organización de Empresas
Contabilidad de las Administraciones Públicas	Economía Financiera y Contabilidad
Decisión y Juegos	Fundamentos del Análisis Económico

Derecho Público en Economía	Derecho Administrativo
Entorno Económico	Economía Aplicada
Globalización e Historia	Historia e Instituciones Económicas
Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Hacienda Autonómica y Local	Economía Aplicada
Interdisciplinar	Sin área de conocimiento vinculada
Sociología	Sociología
Sostenibilidad e Innovación	Fundamentos del Análisis Económico
Técnicas de Predicción	Fundamentos del Análisis Económico
Visualización y Comunicación de Información Económica	Fundamentos del Análisis Económico
Trabajo Fin de Grado	(1) Comercialización e Investigación de Mercados; (2) Derecho Administrativo; (3) Derecho Civil; (4) Economía Aplicada; (5) Economía Financiera y Contabilidad; (6) Filología Inglesa; (7) Fundamentos del Análisis Económico; (8) Historia e Instituciones Económicas; (9) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (10) Organización de Empresas; y (11) Sociología

11. ASIGNATURAS PUNTO DE CONTROL DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Denominación competencia transversal	
Democracia y sostenibilidad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Principios de Economía	6
Historia Económica de España	6
Trabajo en equipo	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Fundamentos de la Intervención Pública	6
Organización y Dirección de Empresas	6
Pensamiento crítico	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos	6

Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior	6
Inteligencia emocional	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Desafíos Económicos Globales	6
Trabajo Fin de Grado	6
Innovación y creatividad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos	6
Trabajo Fin de Grado	6
Autoaprendizaje permanente	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Microeconomía I: Consumo y Producción	6
Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos	6

12. TABLA DE ADAPTACIÓN DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS 1393/2007		PLAN DE ESTUDIOS 822/2021	
Asignaturas	ECTS	Asignaturas	ECTS
Análisis contable (5 ECTS)	5.0	Análisis Financiero (3 ECTS)	3.0
Economía laboral (6 ECTS)	6.0	Análisis del Mercado de Trabajo (6 ECTS)	6.0
Banca y mercados financieros (5 ECTS)	5.0	Banca y Mercados Financieros (6 ECTS)	6.0
Contabilidad de las administraciones públicas (6 ECTS)	6.0	Contabilidad de las Administraciones Públicas (6 ECTS)	6.0
Decisión y juegos (6 ECTS)	6.0	Decisión y Juegos (6 ECTS)	6.0
Derecho público de la economía (5 ECTS)	5.0	Derecho Público en Economía (6 ECTS)	6.0
Política económica II (6 ECTS)	6.0	Desafíos Económicos Globales (6 ECTS)	6.0
Economía de las organizaciones (6 ECTS)	6.0	Diseño organizativo (3 ECTS)	3.0

Econometría III (6 ECTS)	6.0	Econometría Avanzada: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)	6.0
Econometría II (6 ECTS)	6.0	Econometría Intermedia: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)	6.0
Economía española (6 ECTS)	6.0	Economía Española (6 ECTS)	6.0
Microeconomía IV (6 ECTS)	6.0	Economía Industrial (6 ECTS)	6.0
Comercio internacional (6 ECTS)	6.0	Economía Internacional (6 ECTS)	6.0
Sistema monetario internacional (5 ECTS)	5.0	Economía Internacional (6 ECTS)	6.0
Economía mundial (6 ECTS)	6.0	Economía Mundial (6 ECTS)	6.0
Gestión pública (3 ECTS)	3.0	Economía de la Gestión Pública (3 ECTS)	3.0
Economía pública II (6 ECTS)	6.0	Economía de la Imposición (6 ECTS)	6.0
Coyuntura económica (5 ECTS)	5.0	Entorno Económico (6 ECTS)	6.0
Estadística II (6 ECTS)	6.0	Estadística y Ciencia de Datos en Economía (6 ECTS)	6.0
Sistema fiscal español II (3 ECTS)	3.0	Estrategias Fiscales Empresariales (6 ECTS)	6.0
Principios de derecho y derecho mercantil (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de Derecho Privado Patrimonial y Contratación Digital (6 ECTS)	6.0
Fundamentos de marketing (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de Marketing (6 ECTS)	6.0
Economía pública I (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de la Intervención Pública (6 ECTS)	6.0
Globalización, desarrollo e historia (5 ECTS)	5.0	Globalización e Historia (6 ECTS)	6.0
Gobierno electrónico y decisiones públicas (3 ECTS)	3.0	Gobierno Electrónico y Decisiones Públicas (3 ECTS)	3.0
Hacienda autonómica y local (3 ECTS)	3.0	Hacienda Autonómica y Local (3 ECTS)	3.0
Historia económica mundial (6 ECTS)	6.0	Historia Económica Mundial (6 ECTS)	6.0
Historia económica de España (6 ECTS)	6.0	Historia Económica de España (6 ECTS)	6.0
Inglés para economistas (5 ECTS)	5.0	Inglés para Economistas (3 ECTS)	3.0
Estadística I (6 ECTS)	6.0	Introducción a la Estadística y a la Ciencia de Datos (6 ECTS)	6.0
Introducción a la contabilidad (6 ECTS)	6.0	Introducción a la Contabilidad (6 ECTS)	6.0
Econometría I (6 ECTS)	6.0	Introducción a la Econometría: Análisis y Tratamiento de Datos (6 ECTS)	6.0
Introducción a la economía aplicada (6 ECTS)	6.0	Introducción a la Economía Aplicada (6 ECTS)	6.0

Aplicaciones econométricas (3 ECTS)	3.0	Introducción a la Programación y Aplicaciones de Análisis de Datos en Economía (6 ECTS)	6.0
Introducción a las finanzas (6 ECTS)	6.0	Introducción a las Finanzas (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía III (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía Avanzada (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía IV (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía Dinámica (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía I (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía I: Producción, Dinero y Precios (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía II (6 ECTS)	6.0	Macroeconomía II: Inflación, Crecimiento y Sector Exterior (6 ECTS)	6.0
Matemáticas I (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para la Economía I (6 ECTS)	6.0
Matemáticas II (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para la Economía II (6 ECTS)	6.0
Microeconomía I (6 ECTS)	6.0	Microeconomía I: Consumo y Producción (6 ECTS)	6.0
Microeconomía III (6 ECTS)	6.0	Microeconomía Avanzada (6 ECTS)	6.0
Microeconomía II (6 ECTS)	6.0	Microeconomía II: Mercados (6 ECTS)	6.0
Economía de la empresa (6 ECTS)	6.0	Organización y Dirección de Empresas (6 ECTS)	6.0
Pensamiento económico (5 ECTS)	5.0	Pensamiento Económico (3 ECTS)	3.0
Política económica I (6 ECTS)	6.0	Política Económica (6 ECTS)	6.0
Presupuesto y gasto público (6 ECTS)	6.0	Presupuestos Públicos y Políticas de Gasto (6 ECTS)	6.0
Principios de economía (6 ECTS)	6.0	Principios de Economía (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa I (6 ECTS)	6.0	Prácticas externas (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa II (6 ECTS)	6.0	Prácticas externas (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa (12 ECTS)	12.0	Prácticas externas (6 ECTS)	6.0
Sistema fiscal español I (6 ECTS)	6.0	Sistema Fiscal Español (6 ECTS)	6.0
Sistemas informáticos de ayuda a la decisión (3 ECTS)	3.0	Sistemas Informáticos de Ayuda a la Decisión (3 ECTS)	3.0
Sociología (5 ECTS)	5.0	Sociología (6 ECTS)	6.0
Innovación, crecimiento y sostenibilidad (5 ECTS)	5.0	Sostenibilidad e Innovación (3 ECTS)	3.0
Trabajo fin de Grado (6 ECTS)	6.0	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)	6.0
Técnicas de predicción (3 ECTS)	3.0	Técnicas de Predicción (3 ECTS)	3.0



13. HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión: v1.0 (12/12/2024)

Fecha de aprobación en Comisión de Garantía de Calidad:

Fecha de aprobación en Junta de Facultad:

Fecha de aprobación en Comisión de Estudios de Grado:

1. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Grado en Finanzas y Contabilidad
Bachelor Degree in Finance and Accounting

2. ÁMBITO Y RAMA DE CONOCIMIENTO

Ámbito de conocimiento
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Rama de conocimiento
Ciencias Sociales y Jurídicas

3. CENTRO o CENTROS DE IMPARTICIÓN

Centro
Facultad de Economía y Empresa (Zaragoza)

4. DATOS DE LA TITULACIÓN

Modalidad	Presencial
Título habilitante	No
Mención dual	No
Título conjunto	No

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO FORMATIVO DE LA TITULACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de formación. Las asignaturas **optativas** refieren al número de créditos ofertados. Las **prácticas externas** refieren a las prácticas obligatorias.

Tipo de formación	Créditos ECTS	N. de asignaturas
Formación básica (FB)	60	10
Obligatorias (OB)	126	21
Optativas a cursar (OP)	138	23
Prácticas externas obligatorias (PE)	0	0
Trabajo fin de grado (TFG)	6	1
Total créditos ECTS	330	55

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA TITULACIÓN

6.1 Conocimientos:

CON-1. Identificar los fundamentos del ciclo contable y de la información corporativa, como base para la toma de decisiones, tanto por usuarios internos, como externos, así como, de las directrices contables sobre sostenibilidad

- - Entender la Contabilidad como sistema de información básico para la adopción de decisiones, los usuarios de la información contable y los tipos de sistemas contables. - Utilizar el marco normativo general que regula la contabilidad financiera de las empresas en España y comprender los fundamentos, principios y conceptos básicos recogidos en el marco conceptual. - Entender las fases del ciclo contable y, a un nivel básico, las normas de registro y valoración, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y los acreedores y deudores de la actividad)
- - Interpretar, valorar y representar contablemente, en el marco de la normativa española, los hechos económicos y financieros que surjan de la actividad económica de la empresa especialmente los relativos a las operaciones relacionadas con el ciclo de largo plazo. - Cuantificar el efecto económico de las operaciones empresariales en los resultados y en la situación financiera y patrimonial de la empresa. - Diferenciar los elementos de los estados financieros incluidos en el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias en el formato establecido en la normativa española.
- - Identificar la estructura de presentación de la información corporativa (estados financieros y otra información financiero-contable y de sostenibilidad) obligatoria. - Organizar la información contenida en los estados e informes corporativos de manera que permita realizar una evaluación de la situación económico-financiera de la entidad. - Determinar el objetivo y significado de cada uno de los documentos que componen la información corporativa, para quede de manifiesto su utilidad.
- - Dominar las estructuras informativas de la empresa, con especial capacitación en las herramientas internas para la toma de decisiones de planificación, ejecución y control por parte de los directivos
- - Analizar y utilizar la información contable para evaluar el rendimiento financiero, identificar oportunidades de mejora y asegurar la transparencia y sostenibilidad en las prácticas empresariales. - Fomentar una visión crítica y ética que integre las directrices contables sobre sostenibilidad, garantizando una gestión financiera alineada con los objetivos estratégicos y la responsabilidad social de la empresa.

CON-2. Distinguir las estrategias para el análisis y la verificación de la información contable y la valoración de entidades a partir de la misma

- - Identificar las fuentes de información y los instrumentos utilizados en el análisis de la realidad empresarial
- Evaluar la realidad económica y financiera de la empresa
- - Valorar empresas utilizando diferentes métodos financieros - Evaluar el impacto de la gestión empresarial en el valor de la entidad
- - Identificar el marco de regulación de la auditoría de cuentas anuales - Aplicar técnicas de auditoría y verificación de la información contable, evaluando la fiabilidad y la precisión de los datos presentados en los estados financieros.

CON-3. Desarrollar el conocimiento del tratamiento de la información contable, incluyendo herramientas informáticas, para que también se pueda aplicar en entidades de diferentes sectores económicos.

- - Utilizar aquellas herramientas que permitan ilustrar los contenidos desarrollados en la asignatura, mediante la utilización de información real publicada por empresas, así como de herramientas informáticas.
- - Entender los principios y normas de consolidación contable y su aplicación en los diferentes contextos empresariales. - Manejar e interpretar la metodología y técnicas de elaboración de la información consolidada.
- - Interpretar el tratamiento de la información contable de las administraciones públicas - Entender el funcionamiento de las herramientas informáticas para procesar las operaciones contables y presupuestarias de las administraciones públicas
- - Identificar y discriminar los procesos del ciclo de vida de las sociedades desde su constitución hasta la liquidación o transformación, pasando entre otros por procesos de ampliación y reducción de capital, distribución de dividendos o fusiones, todo ello desde un punto de vista contable.
- - Identificar los principales elementos de la sostenibilidad para la elaboración y análisis de información específica, así como entender los procesos para incorporar sistemas de gestión contables y financieros sostenibles en organizaciones lucrativas y no lucrativas
- - Utilizar bases de datos de información financiera para obtener información relevante que tras su análisis e interpretación apoye la toma de decisiones financieras en las entidades. - Utilizar herramientas informáticas para facilitar el cálculo y la interpretación de los resultados obtenidos.

CON-4. Interpretar los principios y teorías financieras fundamentales, así como del funcionamiento de los mercados financieros, las instituciones que en ellos intervienen y los instrumentos que en ellos se negocian

- - Identificar los principios financieros fundamentales para la valoración de las operaciones financieras. - Analizar el funcionamiento e implicaciones de los mercados financieros, de los activos financieros que en ellos se negocian y el papel desempeñado por las instituciones que en ellos intermedian para la toma de decisiones de inversión y financiación en las empresas.

- - Analizar el funcionamiento e implicaciones de los mercados financieros, de los activos financieros que en ellos se negocian y el papel desempeñado por las instituciones que en ellos intermedian para la toma de decisiones de inversión y financiación en las empresas. - Identificar y aplicar las teorías financieras relevantes en la toma de decisiones de inversión en las empresas, y su contribución al objetivo de la dirección financiera. - Analizar los principios y teorías financieras aplicadas a las fusiones y adquisiciones corporativas, como la valoración de empresas y la evaluación de sinergias en transacciones empresariales.
- - Analizar el funcionamiento e implicaciones de los mercados financieros, de los activos financieros que en ellos se negocian y el papel desempeñado por las instituciones que en ellos intermedian para la toma de decisiones de inversión y financiación en las empresas. - Identificar y analizar los principios y teorías fundamentales sobre la determinación de la estructura de capital, política de dividendos y gestión del riesgo en la estrategia empresarial, y su contribución al objetivo de la dirección financiera.
- - Interpretar el funcionamiento de los mercados bursátiles, las instituciones que en ellos intervienen en y los instrumentos que en ellos se negocian, así como toda la operativa vinculada a los mismos.
- - Identificar las funciones y el papel de las instituciones financieras en la emisión, negociación y regulación de instrumentos de renta fija y derivados. - Interpretar y analizar las características principales de los instrumentos de renta fija, incluyendo su valoración y riesgos asociados.
- - Aplicar el principio fundamental de diversificación a la asignación de los diferentes tipos de instrumentos financieros para formar carteras estratégicas - Conocer el funcionamiento del mercado de fondos de inversión, las instituciones que intervienen, así como su negociación y valoración.
- - Analizar las características principales de los instrumentos derivados e identificar las variables que determinan su valoración - Identificar la capacidad de los instrumentos derivados para gestionar el riesgo derivado de la inversión en los diferentes activos financieros

CON-5. Identificar los métodos de la gestión financiera para la adopción de decisiones eficientes de inversión y financiación por parte de las empresas

- - Identificar, analizar y evaluar diferentes herramientas de gestión financiera para la adopción de decisiones eficientes de inversión, tanto reales como financieras, por parte de las empresas y adecuadas a los diferentes tipos de proyectos. - Analizar y gestionar el impacto de los diferentes tipos de riesgo en la adopción de decisiones eficientes de inversión y financiación por parte de las empresas.
- - Analizar y gestionar el impacto de los diferentes tipos de riesgo en la adopción de decisiones eficientes de inversión y financiación por parte de las empresas. - Identificar, analizar y evaluar diferentes herramientas de gestión financiera para la adopción de decisiones eficientes de financiación por parte de las empresas y adecuadas a los diferentes tipos de proyectos. - Analizar y comparar diferentes fuentes de financiación disponibles para las empresas, identificando sus ventajas e inconvenientes en función del contexto empresarial, así como su impacto en la estructura y coste de capital de la empresa.
- - Identificar y aplicar las hipótesis que sustentan a los métodos de análisis y valoración bursátiles para una apropiada adopción de decisiones de inversión en dichos mercados financieros
- - Identificar y aplicar modelos de valoración de instrumentos de renta fija para adoptar decisiones de inversión eficiente en estos mercados. - Identificar y aplicar los modelos de valoración de instrumentos derivados para adoptar decisiones de inversión y cobertura eficientes en estos mercados
- - Identificar y aplicar métodos de inversión global en los diferentes tipos de instrumentos financieros para una adecuada asignación eficiente a largo plazo.
- - Identificar y aplicar los modelos de valoración de instrumentos derivados para adoptar decisiones de inversión y cobertura eficientes en estos mercados

CON-6. Demostrar una formación actualizada sobre modelos de negocio financiero tradicionales y nuevas formas de inversión y financiación surgidos en el ámbito de las nuevas tecnologías

- - Adquirir nociones sobre el modo en el que afectan las nuevas tecnologías al Derecho privado patrimonial.
- - Analizar los principales cambios en los modelos de negocio financiero tradicionales frente a los emergentes y los procesos de desintermediación financiera considerando el impacto de las tecnologías.
- - Aprender sobre cómo inciden las nuevas tecnologías en el proceso de constitución, funcionamiento y financiación de las sociedades.
- - Identificar las bases de los modelos actuariales tradicionales y emergentes relacionados con seguros de vida y de no vida y los productos financieros asociados. - Identificar los mecanismos de control de la solvencia y estabilidad de las empresas aseguradoras.

- Distinguir las principales instituciones y fuentes de producción normativa del Derecho de los mercados financieros trabajando desde los aspectos básicos de los mercados bancario, bursátil y asegurador. - Identificar el marco jurídico en el que se desenvuelven los negocios en el mercado financiero. - Analizar, desde una perspectiva institucional, el mercado de crédito, el mercado de valores y el de seguros.
- Identificar el funcionamiento del Sistema Financiero, el papel de los intermediarios y mediadores financieros, los operadores de mercados y los organismos reguladores.

CON-7. Interpretar el régimen jurídico que afecta a la empresa e instituciones y el impacto que la regulación tiene en el desarrollo de su actividad

- Identificar los conceptos jurídicos mercantiles esenciales para el desenvolvimiento en el mercado (persona física y jurídica, representación, responsabilidad, patrimonio, empresa y empresario). - Distinguir los tipos de sociedades mercantiles (en especial la SA y SRL) y aprender su proceso de constitución y su régimen jurídico básico. - Conocer la normativa que regula las distintas operaciones societarias.
- Reconocer el proceso jurídico de constitución de las sociedades de capital y el régimen de las aportaciones sociales de las participaciones y acciones y de los derechos del socio. - Identificar las competencias y el funcionamiento de la junta general y del órgano de administración de las sociedades de capital. - Conocer el régimen jurídico de la disolución y liquidación de las sociedades de capital.
- Distinguir y estudiar los aspectos jurídicos relacionados con el estatuto jurídico y la actividad de los empresarios bancarios, bursátiles y de seguros. - Identificar y prevenir las situaciones de crisis empresariales. - Relacionar los mecanismos de tratamiento de las situaciones preconcursales.

CON-8. Identificar la relación de la empresa y entidades con el entorno histórico, económico y social, así como la interrelación existente entre áreas funcionales de las organizaciones

- Explicar el significado y la razón de ser de la empresa - Definir e integrar los conceptos básicos en torno a la administración y dirección general de la empresa y de sus áreas funcionales - Identificar y describir las características básicas y el alcance de las diferentes funciones directivas en la empresa: la planificación, la organización, la dirección y el control.
- Definir qué es el marketing y cuál es su alcance, función e importancia en las organizaciones. - Identificar los diferentes tipos de mercados, las conductas de compra del consumidor y sus procesos de decisión
- Profundizar en el conocimiento de los fundamentos de la disciplina
- Describir los principales sectores productivos de la economía española. - Explicar el funcionamiento del sistema financiero en el contexto de la economía nacional.
- Distinguir cómo el entorno influye en las decisiones de la empresa - Entender la identificación de objetivos dentro de la empresa - Interpretar la importancia del estudio del consumidor para elaborar la estrategia de marketing
- Explicar el significado y la razón de ser de la empresa en el sistema económico. - Identificar, analizar y proponer mecanismos para la resolución de los problemas organizativos básicos que surgen en el seno de las organizaciones: problema de coordinación y problema de motivación.
- Disponer de una visión amplia del concepto de responsabilidad social empresarial, sostenibilidad y stakeholders. - Distinguir y analizar las diferentes herramientas utilizadas por las empresas para comunicar su responsabilidad social y gestionar mejor su organización. - Identificar qué puede hacer la organización para ser sostenible. - Relacionar las distintas visiones del concepto de Gobierno Corporativo que predominan en el mundo y los agentes que intervienen. - Recordar los orígenes y recientes desarrollos de los Códigos de Buen Gobierno. - Identificar las diferencias de Gobernanza entre empresas cotizadas y no cotizadas, y los instrumentos de Gobierno Corporativo de empresas familiares, administraciones públicas, ONGs y PYMES. - Entender cómo las organizaciones y los individuos incorporan otros criterios distintos a los económicos en su toma de decisiones.
- Disponer de una visión amplia del concepto de responsabilidad social empresarial, sostenibilidad y stakeholders. - Identificar y analizar las diferentes herramientas utilizadas por las empresas para comunicar su responsabilidad social y gestionar mejor su organización. - Reconocer que puede hacer la organización para ser sostenible. - Distinguir las distintas visiones del concepto de Gobierno Corporativo que predominan en el mundo y los agentes que intervienen. - Identificar los orígenes y recientes desarrollos de los Códigos de Buen Gobierno. - Identificar las diferencias de Gobernanza entre empresas cotizadas y no cotizadas, y los instrumentos de Gobierno Corporativo de empresas familiares, administraciones públicas, ONGs y PYMES. - Entender cómo las organizaciones y los individuos incorporan otros criterios distintos a los económicos en su toma de decisiones.
- Analizar y describir la interrelación entre las áreas funcionales de una empresa - Identificar oportunidades y amenazas en el entorno político, económico y cultural, analizando su impacto en la toma de decisiones empresariales.

- Interpretar de forma crítica y presentar textos relativos al ámbito empresarial en contextos internacionales en forma oral y escrita. - Aprender a dar retroalimentación de manera constructiva.
- Identificar las claves del momento económico internacional y su influencia en la economía española y, en consecuencia, sobre las empresas. - Para ello es necesario conocer y saber interpretar la información de los distintos indicadores económicos y estadísticos disponibles para el análisis de la coyuntura.
- Identificar la relación de las empresas con el entorno económico y social desde una perspectiva dinámica. - Ver la relación que tienen entre sí las distintas áreas funcionales de las empresas y observar como las decisiones tomadas en cualquiera de ellas influyen en las demás.

CON-9. Interpretar las herramientas matemáticas, econométricas y estadísticas necesarias para conseguir el desarrollo óptimo de instrumentos para el análisis de datos

- Identificar los modelos y técnicas matemáticos correctamente y su aplicación a problemas concretos.
- Identificar el papel y la contribución de la Estadística y la Ciencia de Datos en la toma científica de las decisiones. - Definir conceptos básicos de probabilidad y aplicar los teoremas fundamentales para la resolución de problemas sencillos del Cálculo de Probabilidades y del Análisis Estadístico de las Decisiones.
- Conocer los modelos y técnicas matemáticos correctamente y su aplicación a problemas concretos.
- Emplear la probabilidad como una medida de incertidumbre de los fenómenos económicos. - Emplear y planificar métodos de muestreo para extraer información de un fenómeno económico. - Identificar y aplicar las técnicas estadísticas inferenciales con el objeto de tomar decisiones con rigor científico.
- Distinguir los conceptos y objetivos básicos de la econometría económica y financiera y su utilidad en la toma de decisiones. - Identificar y describir las características específicas de las series económicas y financieras y conocer las técnicas específicas para su análisis.
- Entender los conceptos y objetivos básicos de la econometría financiera y su utilidad en la toma de decisiones. - Comprender y describir las características específicas de las series financieras y conocer las técnicas específicas para su análisis.
- Identificar las aproximaciones científicas seguidas en la resolución de los problemas complejos caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios.
- Identificar y emplear métodos multivariantes para extraer información de una gran base de datos - Identificar las aproximaciones científicas seguidas en la resolución de los problemas complejos caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios.

CON-10. Identificar la trascendencia de la planificación fiscal que incide en la actividad financiera y contable de las entidades económicas

- Identificar correctamente los principales impuestos que afectan a la actividad empresarial y sus elementos tributarios, para comprender su incidencia en determinadas actividades económicas de las personas físicas y jurídicas
- El alumno conocerá los instrumentos básicos de planificación fiscal con el objeto de comprender la incidencia de los impuestos en determinadas actividades económicas de las personas físicas y jurídicas.

CON-11. Entender las variables macroeconómicas que regulan la economía y su interrelación con la gestión de las empresas, así como las estrategias microeconómicas y sus implicaciones en la gestión de las organizaciones

- Comprender y plantear los problemas de decisión de los consumidores y los productores. - Comprender la interrelación entre productores y consumidores, y las variaciones del equilibrio de mercado ante cambios del comportamiento de los agentes económicos.
- Identificar los principales indicadores macroeconómicos y describir cómo reflejan el estado del entorno económico. - Explicar cómo los cambios en las variables macroeconómicas afectan a la actividad de las empresas, particularmente en el corto plazo. - Describir las características de las políticas fiscales y monetarias y su impacto sobre la gestión empresarial.
- Identificar las principales variables macroeconómicas relativas tanto al mercado doméstico como al sector exterior, que afectan a la toma de decisiones empresariales. - Interpretar la estructura y dinámica del mercado laboral y el impacto de su dinámica sobre el entorno económico. - Identificar los factores que impulsan el crecimiento económico y su importancia para la estabilidad de las organizaciones.

6.2 Habilidades:

HAB-1. Elaborar información corporativa y otros informes especializados, tanto internos como externos, basados en datos contables e información sobre sostenibilidad, para su incorporación a la gestión empresarial, la emisión de opiniones y asesoramiento desde un enfoque técnico en la toma de decisiones

- - Formular e interpretar los estados financieros y las normas para la su elaboración a nivel básico, especialmente, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- - Elaborar informes contables que resuman y presenten el impacto financiero de las decisiones empresariales sobre las partidas de los estados financieros. - Desarrollar competencias en el uso de herramientas tecnológicas y software para el registro y análisis de transacciones, generando informes que detallen cómo dichas transacciones afectan a las distintas partidas de los estados financieros, en el marco de la normativa contable española.
- - Aplicar la normativa mercantil y contable en la elaboración de la información corporativa obligatoria para su uso por usuarios externos - Identificar los datos de la empresa que tienen que utilizarse en distintas situaciones para la toma de decisiones.
- - Elaborar y analizar estados financieros consolidados, así como elaborar informes especializados que sirvan de base para la toma de decisiones en el contexto de los grupos de empresas.
- - Capacitar para la construcción de herramientas de gestión interna sobre base tecnológica. - Construcción de sistemas de costes retrospectivos y prospectivos.
- - Analizar la información contable y de sostenibilidad para proporcionar recomendaciones técnicas que apoyen la gestión empresarial y la formulación de estrategias a corto y largo plazo. - Determinar los desequilibrios que puede presentar la situación de la empresa y establecer las medidas correctoras de las situaciones de desequilibrio
- - Construcción de modelos financieros con los que valorar empresas y constatar el impacto de la toma de decisiones en el valor de las compañías. - Implementar herramientas tecnológicas que permitan agilizar la construcción y actualización de los citados modelos de valoración y gestión.
- - Elaborar e interpretar los distintos tipos de informes de auditoría.
- - Elaborar la información contable que deben preparar las administraciones públicas - Interpretar la información contable de administraciones públicas con un enfoque técnico - Analizar el efecto de la gestión económica y financiera de las administraciones públicas en sus estados financieros
- - Estructurar informes que reflejen la situación económico patrimonial de las sociedades. - Defender el proceso a través del cual se retribuye a los propietarios de las sociedades.
- - Elaborar y presentar información corporativa e informes especializados, fundamentados en datos contables y directrices de sostenibilidad, dirigidos a distintos usuarios tanto internos como externos. Capacitarse en la interpretación y análisis de estos datos para ofrecer asesoramiento técnico y emitir opiniones informadas que contribuyan a la toma de decisiones estratégicas. Fomentar la capacidad de integrar la información contable y de sostenibilidad en la gestión empresarial, asegurando que las recomendaciones y decisiones estén alineadas con los objetivos corporativos y las normativas vigentes. - Diseñar y ejecutar procesos de control interno y auditorías operativas, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora continua. Garantizar el cumplimiento con las políticas y procedimientos internos, así como optimizar la eficiencia operativa. Capacitarse en la evaluación crítica de los sistemas de control existentes, proponiendo soluciones que mejoren la gestión de riesgos y fortalezcan la integridad y fiabilidad de la información corporativa. Fomentar una visión proactiva y analítica que asegure la conformidad y el rendimiento óptimo de las operaciones empresariales.
- - Estructurar informes basados en regulación y estándares que reflejen la sostenibilidad de la organización. - Entender la contabilidad e información de sostenibilidad para su análisis y verificación.

HAB-2. Aplicar métodos adecuados en la gestión y valoración de activos de inversión, las decisiones de financiación y la gestión de riesgos, teniendo en cuenta la digitalización y las nuevas tecnologías, que permitan un asesoramiento integral de las organizaciones

- - Aplicar herramientas digitales para el análisis y valoración de las operaciones financieras
- - Aplicar métodos adecuados en la gestión y valoración de las decisiones de inversión, integrando métodos tradicionales y avanzados que tengan en cuenta la digitalización y las nuevas tecnologías.
- - Aplicar métodos adecuados en la gestión y valoración de las decisiones de financiación y la gestión de riesgos, teniendo en cuenta la digitalización y las nuevas tecnologías.
- - Aplicar métodos de análisis y valoración bursátil, utilizando herramientas digitales y nuevas tecnologías. - Analizar e interpretar información financiera de carácter bursátil, utilizando herramientas digitales y nuevas tecnologías.
- - Utilizar herramientas digitales y plataformas tecnológicas para obtener información y analizar instrumentos de renta fija y derivados.
- - Identificar bases de datos y plataformas digitales relevantes en el área financiera para mejorar el asesoramiento de las organizaciones. - Evaluar nuevas formas de inversión y financiación y su rol en la transformación de los mercados financieros modernos.

- - Utilizar los modelos adecuados para la valoración de productos de seguro de vida y no vida, optimizando las decisiones estratégicas. - Diseñar modelos para evaluar riesgos en seguros de no vida
- - Identificar bases de datos y plataformas digitales relevantes en el área financiera para mejorar el asesoramiento de las organizaciones. - Analizar la valoración y el riesgo de empresas y entidades utilizando herramientas informáticas para obtener o presentar la información de diversas formas.
- - Utilizar herramientas digitales y mecanismos de nuevas tecnologías para construir carteras diversificadas formadas por los diversos tipos de activos de inversión
- - Aplicar métodos de valoración de instrumentos derivados para la gestión de riesgos

HAB-3. Incorporar las circunstancias del entorno económico, jurídico e institucional en el que desarrollan su actividad las entidades empresariales en la toma de decisiones

- - Conocer los principales hechos de la evolución de la economía mundial en el pasado y el presente. - Ofrecer una interpretación sobre las causas y consecuencias de estos procesos. - Comprender los modelos de políticas económicas en relación con el crecimiento económico y el desarrollo humano; así como las alteraciones y cambios históricos multicausales.
- - Aprender a asesorar al empresario sobre las consecuencias jurídicas derivadas de su condición: publicidad legal, deber de contabilidad y obligación de competir.
- - Analizar cómo cambian el equilibrio y el bienestar en diferentes tipos de competencia.
- - Identificar los factores regulatorios que afectan el entorno macroeconómico y analizar cómo estos influyen en las decisiones de las organizaciones. - Evaluar el impacto de las políticas fiscales y monetarias y de otras posibles perturbaciones macroeconómicas en la actividad empresarial, comprendiendo cómo estos cambios afectan a las decisiones de las empresas.
- - Utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos. - Manejar e interpretar adecuadamente los informes de las principales instituciones económicas nacionales e internacionales. - Tomar decisiones atendiendo a las conclusiones derivadas de los análisis realizados
- - Distinguir el marco económico del sector exterior y su influencia en la competitividad de empresas nacionales frente a extranjeras, así como los efectos de las políticas económicas y otras posibles perturbaciones de carácter macroeconómico en un entorno económico internacional. - Explicar el origen de la inflación y su impacto sobre la economía y sobre la toma de decisiones empresariales. - Evaluar el impacto de las políticas económicas y de otras variables macroeconómicas en la planificación de las empresas a largo plazo, examinando cómo el crecimiento económico influye en las oportunidades y amenazas del mercado.
- - Identificar las obligaciones legales y el régimen de responsabilidad de los administradores de las sociedades de capital. - Reconocer el régimen jurídico de las modificaciones estatutarias de las sociedades de capital (aumento, reducción de capital). - Distinguir los procesos jurídicos de modificaciones estructurales de las sociedades mercantiles (transformación, fusión, escisión, cesión global del activo y del pasivo).
- - Aplicar el derecho específico de entidades bancarias y aseguradoras en la asesoría de clientes. - Determinar el régimen jurídico de la distribución de los productos financieros a favor de clientes en general y de consumidores en particular. - Interpretar la transcendencia jurídica y los efectos anudados al estado de insolvencia de las personas físicas y jurídicas y las consecuencias sobre sus facultades patrimoniales y sobre los acreedores.
- - Interpretar las diferentes políticas económicas aplicables (fiscales o monetarias, de demanda o de oferta, de corto o largo plazo), así como sus efectos sobre la actividad de las empresas. - Interpretar adecuadamente la información económica disponible en los informes de coyuntura que publican las instituciones más relevantes del ámbito nacional e internacional. - Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios y, en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía mundial en diferentes momentos del tiempo.

HAB-4. Realizar las principales tareas en el ámbito fiscal, tanto en la liquidación de las principales figuras impositivas que afectan a las entidades empresariales, como en la planificación fiscal

- - Delimitar con precisión los elementos cualitativos de la obligación tributaria. - Cuantificar correctamente las obligaciones tributarias. - Utilizar con corrección la terminología tributaria. - Integrar los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a empresas en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- - El alumno conocerá la fiscalidad de los diversos tipos de empresas, -individual o societaria-, y valorará globalmente los incentivos o desincentivos tributarios que puedan afectarles

HAB-5. Manejar las fuentes de datos y realizar un análisis de la información través de las tecnologías de la información, aplicando las técnicas, métodos e instrumentos que sean necesarios para aportar soluciones a los problemas de la realidad empresarial

- - Obtener correctamente los datos de diversas fuentes por medios informáticos y tratarlos adecuadamente con softwares específicos y técnicos.
- - Definir, calcular y deducir las propiedades de las medidas estadísticas descriptivas básicas para sintetizar la posición, la dispersión y la forma de la distribución de frecuencias de un conjunto de datos univariantes. - Analizar la relación entre dos variables estadísticas distinguiendo por el tipo de variable (cualitativa /cuantitativa).
- - Conseguir, con apoyo de las TIC, los resultados estadísticos necesarios para estimar o contrastar afirmaciones sobre los datos analizados, midiendo las garantías de las decisiones adoptadas.
- - Seleccionar los modelos y los métodos econométricos adecuados en función de los datos disponibles y del objetivo de análisis. - Utilizar de herramientas informáticas precisas para aplicar las técnicas econométricas a los datos financieros.
- - Identificar, obtener y procesar los datos financieros necesarios para alcanzar un objetivo concreto. - Seleccionar los modelos y los métodos econométricos adecuados en función de los datos disponibles y del objetivo de análisis. - Utilizar de herramientas informáticas precisas para aplicar las técnicas econométricas a los datos financieros.
- - Gestionar y explotar una Base de Datos para realizar un análisis financiero de los mismos y aplicar la información extraída en la toma de decisiones financieras y contables
- - Estructurar informes básicos de análisis sobre la situación financiera y contable en sostenibilidad. - Conocer las metodologías e instrumentos básicos para analizar la información de la organización desde un enfoque social
- - Aplicar herramientas de software para la elaboración de informes y análisis de datos financieros. - Evaluar la efectividad de diferentes herramientas y tecnologías, para la mejora de los procesos empresariales y en la toma de decisiones financieras. - Identificar los programas informáticos necesarios para el cumplimiento de las obligaciones registrales, mercantiles y fiscales de la empresa.

HAB-6. Relacionar el impacto de una decisión económico financiera en otras áreas funcionales, como saber mostrar las consecuencias que una decisión de cualquier área funcional de la organización tendrá en sus resultados y escenario financiero

- - Aplicar técnicas y modelos sencillos para la resolución de problemas en las diferentes áreas funcionales de la empresa, identificando para ello las variables relevantes.
- - Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones. - Identificar, analizar y evaluar las principales decisiones que toman las empresas respecto a los instrumentos del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación
- - Interpretar el proceso de toma de decisiones de los agentes económicos en el seno de las organizaciones, en diferentes contextos organizativos determinados por las condiciones de información y la relación entre los objetivos de los miembros de la organización.
- - Implementar un plan de responsabilidad social en la empresa. - Adoptar valores y comportamientos éticos en la resolución de problemas empresariales y en la forma en que se dirigen las organizaciones. - Analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas - Aprender a ser competentes siendo útiles a los demás, aprender haciendo un servicio a la comunidad.
- - Implementar un plan de responsabilidad social en la empresa. - Adoptar valores y comportamientos éticos en la resolución de problemas empresariales y en la forma en que se dirigen las organizaciones. - Ser capaces de analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas - Aprender a ser competentes siendo útiles a los demás, aprender haciendo un servicio a la comunidad.
- - Evaluar cómo el Business Model Canvas se utiliza para establecer un posicionamiento estratégico efectivo en un nuevo emprendimiento. - Aplicar la metodología Lean Start-up para desarrollar y validar ideas de negocio, entendiendo su funcionamiento y dinámica. - Diseñar un plan de negocio que integre los elementos necesarios y que responda a las características del entorno estudiado, proporcionando así viabilidad y sostenibilidad al proyecto. - Practicar las competencias personales e interpersonales que son necesarias para afrontar los cambios en los procesos de emprendimiento
- - Analizar la influencia que tienen las decisiones empresariales en las áreas funcionales de la empresa incluida la financiera. - Distinguir las consecuencias de las decisiones empresariales tomadas y plantear nuevas decisiones en las áreas funcionales, para mejorar en los resultados económicos y financieros obtenidos.

HAB-7. Expresarse, comunicar y argumentar con rigor técnico, tanto en castellano, como en otra lengua que sea habitual en los negocios, y tanto con otros profesionales, como con agentes externos, y adaptarse a las circunstancias cambiantes de la actividad de las organizaciones dando solución a los problemas de manera eficiente

- Manejar con destreza el uso de las fuentes, documentos y otros instrumentos de análisis propios de la disciplina
- Aprender a buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y los datos jurídicos (Boletines Oficiales, jurisprudencia y resoluciones de diferentes instituciones públicas). - Utilizar de forma correcta y fluida, tanto oral como escrita, el lenguaje técnico y la argumentación jurídica.
- Sintetizar e integrar los conocimientos adquiridos. - Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios y, en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía española en diferentes momentos del tiempo
- Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el ámbito bursátil.
- Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el ámbito de la renta fija y derivados.
- Buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y los datos jurídicos (Boletines Oficiales, jurisprudencia y resoluciones de diferentes instituciones públicas). - Utilizar de forma correcta y fluida, tanto oral como escrita, el lenguaje técnico y la argumentación jurídica aplicable al Derecho de sociedades.
- Buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y los datos jurídicos (Boletines Oficiales, jurisprudencia y resoluciones de diferentes instituciones públicas). - Utilizar de forma correcta y fluida, tanto oral como escrita, el lenguaje técnico y la argumentación jurídica aplicable al Derecho del mercado financiero y de la reestructuración.
- Adquirir el vocabulario específico de la práctica profesional para poder llevar a cabo una comunicación efectiva. - Utilizar las estrategias de organización y síntesis del discurso formal y profesional en inglés oral y escrito. - Familiarizarse con tipos de texto profesionales en entornos digitales y con su lenguaje específico.
- Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el ámbito bursátil - Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el ámbito de la renta fija y derivados - Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el resto de inversiones financieras que pueden formar parte de una cartera estratégica como materias primas, metales preciosos o criptodivisas
- Comunicar y argumentar con rigor técnico la toma de decisiones en el ámbito de la renta fija y derivados - Adaptarse a las circunstancias cambiantes de los mercados financieros ofreciendo soluciones eficientes de inversión

HAB-8. Resolver problemas que puedan plantearse en las entidades, tanto desde un planteamiento teórico mediante la elaboración de un informe original, como práctico a través de prácticas, aplicando las competencias y conocimientos necesarios adquiridos en el grado

- Exponer los resultados de un tratamiento matemático de una cuestión y saber plasmarlos en un documento informativo que puedan comprender otras personas.
- Resolver problemas financieros aplicando herramientas de valoración financiera.
- Aplicar el método de la partida doble y las técnicas de registro en libros diarios y mayores. - Aplicar las normas de registro y valoración de la información de la actividad económico-financiera de las organizaciones a un nivel básico, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y los acreedores y deudores de la actividad).
- Planteamiento y obtención del equilibrio de mercado en diferentes tipos de competencia. - Argumentar los fundamentos microeconómicos que justifican las elecciones de los agentes.
- Aplicar los principios teóricos de las finanzas corporativas para resolver casos prácticos complejos relacionados con la valoración de inversiones y documentar los resultados en informes detallados. - Desarrollar e interpretar informes financieros, presentando soluciones claras y detalladas para resolver problemas relacionados con la inversión, o las operaciones de fusiones y/o adquisiciones, utilizando herramientas digitales y recursos tecnológicos.
- Comprender los modelos teóricos para simular escenarios económicos y anticipar posibles impactos en la gestión empresarial. - Interpretar la situación macroeconómica y ofrecer recomendaciones para la toma de decisiones empresariales en un entorno de corto plazo. - Diseñar estrategias financieras prácticas para responder a cambios en el entorno macroeconómico.
- Elaborar informes que analicen la información disponible y ayuden a la toma de decisiones que permitan mejorar a las entidades. - Desarrollar habilidades básicas para la negociación comercial con los diferentes agentes que integran el entorno de la organización - Aplicar distintas técnicas de ventas y de negociación dentro del paradigma de la venta relacional - Identificar los distintos elementos que componen el mix de comunicación y saber valorar la utilidad de cada uno de ellos ante situaciones concretas.

- - Resolver problemas de forma práctica mediante el análisis y valoración de informes vinculados a operaciones bursátiles.
- - Entender la normativa contable, nacional e internacional, aplicable en la elaboración de los estados financieros consolidados.
- - Dominar la construcción de herramientas de control de costes y análisis de desviaciones.
- - Aplicar herramientas financieras y metodologías avanzadas para diagnosticar y resolver problemas relacionados con la valoración de activos de renta fija, justificando las decisiones en informes técnicos.
- - Diagnosticar problemas económicos financieros detectados, estudiando sus posibles causas. - Aplicar los conocimientos y métodos econométricos aprendidos para resolver problemas de tipo financiero.
- - Elaborar propuestas sobre las posibilidades de transformación digital, considerando el impacto de los nuevos instrumentos financieros y las tecnologías emergentes.
- - Identificar soluciones aplicables a situaciones patrimoniales diferenciando los distintos instrumentos patrimoniales y sus objetivos.
- - Aplicar los conocimientos y métodos econométricos para resolver problemas financieros con series de alta volatilidad.
- - Elaborar informes sobre solvencia y estabilidad de entidades aseguradoras. - Proponer soluciones prácticas para mejorar la tarificación de seguros de vida y no vida, integrando nuevas tecnologías y optimizando los resultados financieros.
- - Resolver problemas que puedan plantearse en las entidades, tanto desde un planteamiento teórico mediante la elaboración de un informe original, como práctico a través de prácticas, aplicando las competencias y conocimientos necesarios adquiridos en el grado
- - Elaborar informes de solvencia de las entidades financieras en base a los requerimientos de los organismos supervisores en materia de política prudencial.
- - Resolver problemas de forma práctica mediante el análisis y valoración de carteras estratégicas de inversión de largo plazo.
- - Informar para la resolución de problemas en las inversiones de una entidad mediante el análisis y gestión de riesgos con instrumentos financieros derivados
- - Llevar a cabo decisiones que permitan solucionar los problemas surgidos, tanto desde una perspectiva teórica como práctica, en situaciones dinámicas. - Elaborar informes que analicen la información disponible y ayuden a la toma de decisiones que permitan mejorar a las entidades.

6.3 Competencias:

CTR-1. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento

- - Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. - Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas. - Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. - Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- - Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. - Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas. - Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. - Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

CTR-2. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos

- Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos. - Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. - Cooperar con personas con un fin unánime. - Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. - Identificar los posibles roles dentro del equipo.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos. - Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. - Cooperar con personas con un fin unánime. - Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. - Identificar los posibles roles dentro del equipo.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad colabore activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

CTR-3. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate

- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Profundizar en un tema que implique varias lógicas distintas, sabiendo limitar la extrapolación directa de los conceptos, metodologías e informaciones en las que hemos sido entrenados. - Identificar las diferencias y modos de construcción de lo que se consideran hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. - Identificar y evaluar posibles consecuencias de nuestras decisiones, así como proponer alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.
- - Profundizar en un tema que implique varias lógicas distintas, sabiendo limitar la extrapolación directa de los conceptos, metodologías e informaciones en las que hemos sido entrenados. - Identificar las diferencias y modos de construcción de lo que se consideran hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. - Identificar y evaluar posibles consecuencias de nuestras decisiones, así como proponer alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.-

CTR-4. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional

- - Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad comprenda y regule las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad comprenda y regule las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.
- - Identificar las emociones que suceden en el interior de cada uno para saber gestionarlas adecuadamente afrontando el estrés y la frustración. - Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas. - Presentar una actitud positiva y constructiva ante las diferentes situaciones.

CTR-5. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora

- - Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. - Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. - Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

CTR-6. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal

- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Acceder a distintas fuentes de información y recursos disponibles cuestionando para aprender. - Iniciar el aprendizaje y persistir en él para gestionar el tiempo y la información eficazmente. - Utilizar de manera segura y crítica las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. - Diseñar y desarrollar estrategias de aprendizaje propias para ampliar lo aprendido según las necesidades personales y profesionales.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal. Otras competencias
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal. Otras competencias
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad haga un uso adecuado de los recursos tecnológicos cada vez más sofisticados, de manera que se logre eficiencia y eficacia en el desarrollo de las tareas y logrando unos resultados óptimos.

CTR-7. Digitalización. Hacer un uso adecuado de los recursos tecnológicos cada vez más sofisticados, de manera que se logre eficiencia y eficacia en el desarrollo de las tareas y logrando unos resultados óptimos

- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad haga un uso adecuado de los recursos tecnológicos cada vez más sofisticados, de manera que se logre eficiencia y eficacia en el desarrollo de las tareas y logrando unos resultados óptimos.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad diseñe y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad haga un uso adecuado de los recursos tecnológicos cada vez más sofisticados, de manera que se logre eficiencia y eficacia en el desarrollo de las tareas y logrando unos resultados óptimos.

CTR-8. Ética laboral. Desenvolverse con sinceridad y valores, y tener una actitud de compromiso con el trabajo desarrollado y las personas con las que se comparta un objetivo

- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad se desenvuelva con sinceridad y valores, y tenga una actitud de compromiso con el trabajo desarrollado y las personas con las que se comparta un objetivo.
- - Resolver problemas que puedan plantearse en las entidades relativos a las decisiones de financiación, aplicando conocimientos adquiridos en finanzas corporativas y otras áreas relevantes, mediante la interpretación y elaboración de informes.
- - Que un/a graduado/a en Finanzas y Contabilidad se desenvuelva con sinceridad y valores, y tenga una actitud de compromiso con el trabajo desarrollado y las personas con las que se comparta un objetivo

7. ESTRUCTURA DE LA TITULACIÓN

Módulo	MÓDULO 1. FORMACIÓN BÁSICA (60 ECTS)
Materia	CONTABILIDAD FINANCIERA (6 ECTS)
Asignaturas	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD (6 ECTS)
Materia	DERECHO (6 ECTS)
Asignaturas	INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL (6 ECTS)

Materia	ECONOMIA APLICADA (6 ECTS)
Asignaturas	HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL (6 ECTS)
Materia	FINANZAS CORPORATIVAS (6 ECTS)
Asignaturas	ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS (6 ECTS)
Materia	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO (12 ECTS)
Asignaturas	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD I (6 ECTS)
	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II (6 ECTS)
Materia	MARKETING (6 ECTS)
Asignaturas	FUNDAMENTOS DE MARKETING (6 ECTS)
Materia	MÉTODOS CUANTITATIVOS (6 ECTS)
Asignaturas	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I (6 ECTS)
Materia	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)
Asignaturas	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)
Materia	TEORÍA ECONÓMICA (6 ECTS)
Asignaturas	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA (6 ECTS)

Módulo	MÓDULO 2. FORMACIÓN OBLIGATORIA (126 ECTS)
Materia	ANÁLISIS Y VALORACIÓN CONTABLE DE EMPRESAS (18 ECTS)
Asignaturas	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA (6 ECTS)
	VALORACIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)
	AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS (6 ECTS)
Materia	CONTABILIDAD FINANCIERA (18 ECTS)
Asignaturas	CONTABILIDAD FINANCIERA (6 ECTS)
	ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA (6 ECTS)
	CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS (6 ECTS)
Materia	CONTABILIDAD INTERNA (6 ECTS)

Asignaturas	CONTABILIDAD DE COSTES (6 ECTS)
Matería	ECONOMIA APLICADA (6 ECTS)
Asignaturas	ECONOMÍA ESPAÑOLA (6 ECTS)
Matería	ENTIDADES FINANCIERAS (6 ECTS)
Asignaturas	FINANZAS DIGITALES (6 ECTS)
Matería	FINANZAS CORPORATIVAS (12 ECTS)
Asignaturas	FINANZAS CORPORATIVAS I (6 ECTS)
	FINANZAS CORPORATIVAS II (6 ECTS)
Matería	FINANZAS DE MERCADO (12 ECTS)
Asignaturas	BOLSA Y ANÁLISIS BURSÁTIL (6 ECTS)
	RENTA FIJA Y DERIVADOS (6 ECTS)
Matería	FISCALIDAD (12 ECTS)
Asignaturas	FISCALIDAD DE LA EMPRESA (6 ECTS)
	PLANIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA (6 ECTS)
Matería	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO (6 ECTS)
Asignaturas	ECONOMETRÍA: ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS (6 ECTS)
Matería	MARKETING (6 ECTS)
Asignaturas	GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS (6 ECTS)
Matería	MÉTODOS CUANTITATIVOS (6 ECTS)
Asignaturas	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS II (6 ECTS)
Matería	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)
Asignaturas	DISEÑO ORGANIZATIVO (6 ECTS)
Matería	TEORÍA ECONÓMICA (12 ECTS)
Asignaturas	MACROECONOMÍA I: PRODUCCIÓN, DINERO Y PRECIOS (6 ECTS)
	MACROECONOMÍA II: INFLACIÓN, CRECIMIENTO Y SECTOR EXTERIOR (6 ECTS)

Módulo MÓDULO 3. FORMACIÓN OPTATIVA (138 ECTS)

Matería	CONTABILIDAD ESPECIALIZADA (18 ECTS)
Asignaturas	ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (6 ECTS)
	CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES (6 ECTS)
	SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS (6 ECTS)

Matería	CONTABILIDAD FINANCIERA (6 ECTS)
Asignaturas	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES (6 ECTS)

Matería	CONTABILIDAD INTERNA (6 ECTS)
Asignaturas	CONTROL DE GESTIÓN (6 ECTS)

Matería	DERECHO (12 ECTS)
Asignaturas	DERECHO DE SOCIEDADES (6 ECTS)
	DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN (6 ECTS)

Matería	ECONOMÍA APLICADA (6 ECTS)
Asignaturas	ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO (6 ECTS)

Matería	ENTIDADES FINANCIERAS (12 ECTS)
Asignaturas	OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS (6 ECTS)
	ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES (6 ECTS)

Matería	FINANZAS DE MERCADO (12 ECTS)
Asignaturas	GESTIÓN DE CARTERAS (6 ECTS)
	INGENIERÍA FINANCIERA (6 ECTS)

Matería	IDIOMAS (6 ECTS)
Asignaturas	ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING (6 ECTS)

Matería	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO (6 ECTS)
Asignaturas	ECONOMETRIA FINANCIERA (6 ECTS)

Matería	INTERDISCIPLINAR (6 ECTS)
Asignaturas	INTERDISCIPLINAR (6 ECTS)

--	--

Matería	MARKETING (6 ECTS)
Asignaturas	SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES (6 ECTS)
Matería	MÉTODOS CUANTITATIVOS (12 ECTS)
Asignaturas	SISTEMAS DECISIONALES (6 ECTS)
	ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD (6 ECTS)
Matería	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (18 ECTS)
Asignaturas	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (6 ECTS)
	GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD (6 ECTS)
	EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO (6 ECTS)
Matería	PRÁCTICAS EN EMPRESA (12 ECTS)
Asignaturas	PRÁCTICAS EN EMPRESA I (6 ECTS)
	PRÁCTICAS EN EMPRESA II (6 ECTS)

Módulo	MÓDULO 4. TRABAJO FIN DE GRADO (6 ECTS)
Matería	TRABAJO FIN DE GRADO (6 ECTS)
Asignaturas	TRABAJO FIN DE GRADO (6 ECTS)

8. DEFINICIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo	MÓDULO 1. FORMACIÓN BÁSICA	
Matería	CONTABILIDAD FINANCIERA	
Asignatura	Nombre	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD
	Nombre en Inglés	FUNDAMENTALS OF ACCOUNTING
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6

	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	DERECHO	
Asignatura	Nombre	INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL
	Nombre en Inglés	INTRODUCTION TO COMMERCIAL LAW
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Mercantil

Materia	ECONOMIA APLICADA	
Asignatura	Nombre	HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL
	Nombre en Inglés	ECONOMIC HISTORY AND WORLD ECONOMY
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas

Matería	FINANZAS CORPORATIVAS	
Asignatura	Nombre	ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS
	Nombre en Inglés	FINANCIAL VALUATION
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO	
Asignatura	Nombre	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD I
	Nombre en Inglés	MATHEMATICS FOR FINANCE AND ACCOUNTING II
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II
	Nombre en Inglés	MATHEMATICS FOR FINANCE AND ACCOUNTING II
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico

Matería	MARKETING	
Asignatura	Nombre	FUNDAMENTOS DE MARKETING
	Nombre en Inglés	FUNDAMENTALS OF MARKETING
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	MÉTODOS CUANTITATIVOS	
Asignatura	Nombre	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I
	Nombre en Inglés	STATISTICS AND DATA SCIENCE I
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
Asignatura	Nombre	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
	Nombre en Inglés	FUNDAMENTALS OF BUSINESS ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	TEORÍA ECONÓMICA	
Asignatura	Nombre	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA
	Nombre en Inglés	FUNDAMENTALS OF MICROECONOMICS
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo	MÓDULO 2. FORMACIÓN OBLIGATORIA	
Materia	ANÁLISIS Y VALORACIÓN CONTABLE DE EMPRESAS	
Asignatura	Nombre	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA

	Nombre en Inglés	CORPORATE REPORTING ANALYSIS
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	VALORACIÓN DE EMPRESAS
	Nombre en Inglés	COMPANY VALUATION
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS
	Nombre en Inglés	FINANCIAL STATEMENTS AUDITING
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materiá	CONTABILIDAD FINANCIERA	
Asignatura	Nombre	CONTABILIDAD FINANCIERA
	Nombre en Inglés	FINANCIAL ACCOUNTING
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA
	Nombre en Inglés	PREPARATION OF CORPORATE REPORTING
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS
	Nombre en Inglés	CONSOLIDATION OF FINANCIAL STATEMENTS
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	CONTABILIDAD INTERNA	
Asignatura	Nombre	CONTABILIDAD DE COSTES
	Nombre en Inglés	COST ACCOUNTING
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	ECONOMIA APLICADA	

Asignatura	Nombre	ECONOMÍA ESPAÑOLA
	Nombre en Inglés	SPANISH ECONOMY
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	ENTIDADES FINANCIERAS	
Asignatura	Nombre	FINANZAS DIGITALES
	Nombre en Inglés	DIGITAL FINANCE
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	FINANZAS CORPORATIVAS	
Asignatura	Nombre	FINANZAS CORPORATIVAS I
	Nombre en Inglés	CORPORATE FINANCE I
	Tipología	Obligatoria

	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	FINANZAS CORPORATIVAS II
	Nombre en Inglés	CORPORATE FINANCE II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	FINANZAS DE MERCADO	
Asignatura	Nombre	BOLSA Y ANÁLISIS BURSÁTIL
	Nombre en Inglés	STOCK MARKET AND MARKET ANALYSIS
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	RENTA FIJA Y DERIVADOS
	Nombre en Inglés	FIXED-INCOME SECURITIVES AND DERIVATIVES
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	FISCALIDAD	
Asignatura	Nombre	FISCALIDAD DE LA EMPRESA
	Nombre en Inglés	BUSINESS TAXATION
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente

Asignatura	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
	Nombre	PLANIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA
	Nombre en Inglés	BUSINESS TAX PLANNING
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO	
Asignatura	Nombre	ECONOMETRÍA: ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS
	Nombre en Inglés	ECONOMETRICS: ANALYSIS AND DATA TREATMENT
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	MARKETING	
Asignatura	Nombre	GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS
	Nombre en Inglés	COMMERCIAL MANAGEMENT OF FINANCIAL SERVICES
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	MÉTODOS CUANTITATIVOS	
Asignatura	Nombre	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS II
	Nombre en Inglés	STATISTICS AND DATA SCIENCE II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
Asignatura	Nombre	DISEÑO ORGANIZATIVO
	Nombre en Inglés	ORGANISATIONAL DESIGN
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	TEORÍA ECONÓMICA	
Asignatura	Nombre	MACROECONOMÍA I: PRODUCCIÓN, DINERO Y PRECIOS
	Nombre en Inglés	MACROECONOMICS I: PRODUCTION, MONEY AND PRICES
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	MACROECONOMÍA II: INFLACIÓN, CRECIMIENTO Y SECTOR EXTERIOR

	Nombre en Inglés	MACROECONOMICS II: INFLATION, GROWTH AND FOREING SECTOR
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo		MÓDULO 3. FORMACIÓN OPTATIVA
Materia	CONTABILIDAD ESPECIALIZADA	
Asignatura	Nombre	ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS
	Nombre en Inglés	PUBLIC SECTOR ACCOUNTING ANALYSIS
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES

	Nombre en Inglés	SOCIAL ACCOUNTING AND FINANCE
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS
	Nombre en Inglés	ICT FOR ACCOUNTING AND FINANCE
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	CONTABILIDAD FINANCIERA	
Asignatura	Nombre	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES
	Nombre en Inglés	CORPORATE ACCOUNTING
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	CONTABILIDAD INTERNA	
Asignatura	Nombre	CONTROL DE GESTIÓN
	Nombre en Inglés	MANAGEMENT CONTROL
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	DERECHO	
Asignatura	Nombre	DERECHO DE SOCIEDADES
	Nombre en Inglés	CORPORATE LAW
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre

	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Mercantil
Asignatura	Nombre	DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN
	Nombre en Inglés	FINANCIAL MARKETS REGULATION AND RESTRUCTURING SCHEMES
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Mercantil

Materia	ECONOMÍA APLICADA	
Asignatura	Nombre	ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO
	Nombre en Inglés	ECONOMIC AND FINANCIAL ENVIRONMENT
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6

	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	ENTIDADES FINANCIERAS	
Asignatura	Nombre	OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS
	Nombre en Inglés	ACTUARIAL AND ISURANCE OPERATIONS
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES
	Nombre en Inglés	BANKING OPERATIONS
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	

	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Matería	FINANZAS DE MERCADO	
Asignatura	Nombre	GESTIÓN DE CARTERAS
	Nombre en Inglés	PORTFOLIO MANAGEMENT
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	INGENIERÍA FINANCIERA
	Nombre en Inglés	FINANCIAL ENGINEERING
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Matería	IDIOMAS	
Asignatura	Nombre	ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING
	Nombre en Inglés	ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING

	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Inglesa

Matería	INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO	
Asignatura	Nombre	ECONOMETRIA FINANCIERA
	Nombre en Inglés	FINANCIAL ECONOMETRICS
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	INTERDISCIPLINAR	
Asignatura	Nombre	INTERDISCIPLINAR
	Nombre en Inglés	INTERDISCIPLINARY
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Anual
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	

Materia	MARKETING	
Asignatura	Nombre	SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES
	Nombre en Inglés	COMMERCIAL DECISION SIMULATOR
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	MÉTODOS CUANTITATIVOS	
Asignatura	Nombre	SISTEMAS DECISIONALES
	Nombre en Inglés	DECISION-MAKING SYSTEMS
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Asignatura	Nombre	ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD
	Nombre en Inglés	MULTIVARIATE ANALYSIS IN FINANCE AND ACCOUNTING
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Matería	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	
Asignatura	Nombre	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
	Nombre en Inglés	STRATEGIC MANAGEMENT
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD
	Nombre en Inglés	CORPORATE GOVERNANCE, CSR AND SUSTAINABILITY
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO
	Nombre en Inglés	ENTREPRENEURSHIP AND CHANGE MANAGEMENT
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	PRÁCTICAS EN EMPRESA	
Asignatura	Nombre	PRÁCTICAS EN EMPRESA I
	Nombre en Inglés	INTERNSHIPS I
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	PRÁCTICAS EN EMPRESA II
	Nombre en Inglés	INTERNSHIPS II
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
		(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación

	Área de conocimiento vinculada	de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas
--	---------------------------------------	--

Módulo	MÓDULO 4. TRABAJO FIN DE GRADO	
Materia	TRABAJO FIN DE GRADO	
Asignatura	Nombre	TRABAJO FIN DE GRADO
	Nombre en Inglés	UNDERGRADUATE DISSERTATION
	Tipología	Trabajo fin de Grado
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas

9. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LA TITULACIÓN

9.1 Distribución de Asignaturas

Curso 1					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	FB	6	ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS	FB	6

FUNDAMENTOS DE MARKETING	FB	6	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I	FB	6
HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL	FB	6	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	FB	6
INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL	FB	6	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA	FB	6
MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD I	FB	6	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II	FB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 1					60

Curso 2					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
CONTABILIDAD FINANCIERA	OB	6	ECONOMÍA ESPAÑOLA	OB	6
ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS II	OB	6	ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA	OB	6
FINANZAS CORPORATIVAS I	OB	6	FINANZAS CORPORATIVAS II	OB	6
FISCALIDAD DE LA EMPRESA	OB	6	GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS	OB	6
MACROECONOMÍA I: PRODUCCIÓN, DINERO Y PRECIOS	OB	6	MACROECONOMÍA II: INFLACIÓN, CRECIMIENTO Y SECTOR EXTERIOR	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 2					60

Curso 3					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
BOLSA Y ANÁLISIS BURSÁTIL	OB	6	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA	OB	6
CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	OB	6	ECONOMETRÍA: ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS	OB	6
CONTABILIDAD DE COSTES	OB	6	FINANZAS DIGITALES	OB	6
DISEÑO ORGANIZATIVO	OB	6	PLANIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA	OB	6
RENTA FIJA Y DERIVADOS	OB	6	VALORACIÓN DE EMPRESAS	OB	6

Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)		
Total ECTS Curso 3		60

Curso 4					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS	OB	6	ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD	OP	6
ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	OP	6	CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES	OP	6
CONTABILIDAD DE SOCIEDADES	OP	6	DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN	OP	6
CONTROL DE GESTIÓN	OP	6	EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO	OP	6
DERECHO DE SOCIEDADES	OP	6	ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING	OP	6
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	OP	6	ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES	OP	6
ECONOMETRIA FINANCIERA	OP	6	ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO	OP	6
GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD	OP	6	GESTIÓN DE CARTERAS	OP	6
OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS	OP	6	INGENIERÍA FINANCIERA	OP	6
PRÁCTICAS EN EMPRESA I	OP	6	PRÁCTICAS EN EMPRESA II	OP	6
SISTEMAS DECISIONALES	OP	6	SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES	OP	6
			SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS	OP	6
			TRABAJO FIN DE GRADO	TFG	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
INTERDISCIPLINAR				OP	6
Total ECTS Curso 4					150

9.2 Oferta Total de Asignaturas Optativas

Asignaturas	Curso	Semestre	ECTS
INTERDISCIPLINAR	Cuarto curso	Anual	6

ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Cuarto curso	Primer semestre	6
CONTABILIDAD DE SOCIEDADES	Cuarto curso	Primer semestre	6
CONTROL DE GESTIÓN	Cuarto curso	Primer semestre	6
DERECHO DE SOCIEDADES	Cuarto curso	Primer semestre	6
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Cuarto curso	Primer semestre	6
ECONOMETRIA FINANCIERA	Cuarto curso	Primer semestre	6
GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD	Cuarto curso	Primer semestre	6
OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS	Cuarto curso	Primer semestre	6
PRÁCTICAS EN EMPRESA I	Cuarto curso	Primer semestre	6
SISTEMAS DECISIONALES	Cuarto curso	Primer semestre	6
ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD	Cuarto curso	Segundo semestre	6
CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES	Cuarto curso	Segundo semestre	6
DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN	Cuarto curso	Segundo semestre	6
EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO	Cuarto curso	Segundo semestre	6
ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING	Cuarto curso	Segundo semestre	6
ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES	Cuarto curso	Segundo semestre	6
ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO	Cuarto curso	Segundo semestre	6
GESTIÓN DE CARTERAS	Cuarto curso	Segundo semestre	6
INGENIERÍA FINANCIERA	Cuarto curso	Segundo semestre	6
PRÁCTICAS EN EMPRESA II	Cuarto curso	Segundo semestre	6
SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES	Cuarto curso	Segundo semestre	6

SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS	Cuarto curso	Segundo semestre	6
---	--------------	------------------	---

9.3 Distribución de Asignaturas Optativas por Menciones o Mención Dual

Asignaturas con mención dual	ECTS
<i>No hay asignaturas optativas con mención dual</i>	

10. ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS

Asignaturas	Áreas de conocimiento vinculadas
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	Organización de Empresas
FUNDAMENTOS DE MARKETING	Comercialización e Investigación de Mercados
HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas
INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL	Derecho Mercantil
MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS	Economía Financiera y Contabilidad
ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	Economía Financiera y Contabilidad
FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA	Fundamentos del Análisis Económico
MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
CONTABILIDAD FINANCIERA	Economía Financiera y Contabilidad
ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS II	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
FINANZAS CORPORATIVAS I	Economía Financiera y Contabilidad
FISCALIDAD DE LA EMPRESA	Economía Aplicada
MACROECONOMÍA I: PRODUCCIÓN, DINERO Y PRECIOS	Fundamentos del Análisis Económico
ECONOMÍA ESPAÑOLA	Economía Aplicada
ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA	Economía Financiera y Contabilidad
FINANZAS CORPORATIVAS II	Economía Financiera y Contabilidad
GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS	Comercialización e Investigación de Mercados

MACROECONOMÍA II: INFLACIÓN, CRECIMIENTO Y SECTOR EXTERIOR	Fundamentos del Análisis Económico
BOLSA Y ANÁLISIS BURSÁTIL	Economía Financiera y Contabilidad
CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	Economía Financiera y Contabilidad
CONTABILIDAD DE COSTES	Economía Financiera y Contabilidad
DISEÑO ORGANIZATIVO	Organización de Empresas
RENTA FIJA Y DERIVADOS	Economía Financiera y Contabilidad
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA	Economía Financiera y Contabilidad
ECONOMETRÍA: ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS	Fundamentos del Análisis Económico
FINANZAS DIGITALES	Economía Financiera y Contabilidad
PLANIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA	Economía Aplicada
VALORACIÓN DE EMPRESAS	Economía Financiera y Contabilidad
INTERDISCIPLINAR	Sin áreas de conocimiento vinculadas
AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS	Economía Financiera y Contabilidad
ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Economía Financiera y Contabilidad
CONTABILIDAD DE SOCIEDADES	Economía Financiera y Contabilidad
CONTROL DE GESTIÓN	Economía Financiera y Contabilidad
DERECHO DE SOCIEDADES	Derecho Mercantil
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	Organización de Empresas
ECONOMETRÍA FINANCIERA	Fundamentos del Análisis Económico
GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD	Organización de Empresas
OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS	Economía Financiera y Contabilidad
PRÁCTICAS EN EMPRESA I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas
SISTEMAS DECISIONALES	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES	Economía Financiera y Contabilidad

DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN	Derecho Mercantil
EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO	Organización de Empresas
ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING	Filología Inglesa
ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES	Economía Financiera y Contabilidad
ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO	Economía Aplicada
GESTIÓN DE CARTERAS	Economía Financiera y Contabilidad
INGENIERÍA FINANCIERA	Economía Financiera y Contabilidad
PRÁCTICAS EN EMPRESA II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas
SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES	Comercialización e Investigación de Mercados
SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS	Economía Financiera y Contabilidad
TRABAJO FIN DE GRADO	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Inglesa; (9) Fundamentos del Análisis Económico; (10) Historia e Instituciones Económicas; (11) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; y (12) Organización de Empresas

11. ASIGNATURAS PUNTO DE CONTROL DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Denominación competencia transversal	
Democracia y sostenibilidad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL	6
FINANZAS CORPORATIVAS II	6
Trabajo en equipo	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
FUNDAMENTOS DE MARKETING	6
HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL	6

Pensamiento crítico

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I	6
MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II	6

Inteligencia emocional

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA	6
TRABAJO FIN DE GRADO	6

Innovación y creatividad

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
CONTABILIDAD DE COSTES	6
FINANZAS DIGITALES	6

Autoaprendizaje permanente

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD	6
FISCALIDAD DE LA EMPRESA	6

12. TABLA DE ADAPTACIÓN DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS 1393/2007		PLAN DE ESTUDIOS 822/2021	
Asignaturas	ECTS	Asignaturas	ECTS
Prácticas en empresa (12 ECTS)	12.0	(1) PRÁCTICAS EN EMPRESA I (6 ECTS); y (2) PRÁCTICAS EN EMPRESA II (6 ECTS)	12.0
Análisis contable de las administraciones públicas (6 ECTS)	6.0	ANÁLISIS CONTABLE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (6 ECTS)	6.0
Análisis financiero (6 ECTS)	6.0	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA (6 ECTS)	6.0
Análisis estadístico en finanzas (6 ECTS)	6.0	ANÁLISIS MULTIVARIANTE EN FINANZAS Y CONTABILIDAD (6 ECTS)	6.0

Análisis y valoración de las operaciones financieras (6 ECTS)	6.0	ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE OPERACIONES FINANCIERAS (6 ECTS)	6.0
Auditoría de estados financieros (6 ECTS)	6.0	AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS (6 ECTS)	6.0
Bolsa y análisis bursátil (6 ECTS)	6.0	BOLSA Y ANÁLISIS BURSÁTIL (6 ECTS)	6.0
Consolidación de estados financieros (6 ECTS)	6.0	CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS (6 ECTS)	6.0
Contabilidad analítica (6 ECTS)	6.0	CONTABILIDAD DE COSTES (6 ECTS)	6.0
Contabilidad de sociedades y otras entidades (6 ECTS)	6.0	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera II (6 ECTS)	6.0	CONTABILIDAD FINANCIERA (6 ECTS)	6.0
Contabilidad y finanzas sociales (6 ECTS)	6.0	CONTABILIDAD Y FINANZAS SOCIALES (6 ECTS)	6.0
Régimen mercantil de la actividad empresarial (6 ECTS)	6.0	DERECHO DE SOCIEDADES (6 ECTS)	6.0
Derecho concursal (6 ECTS)	6.0	DERECHO DEL MERCADO FINANCIERO Y DE LA REESTRUCTURACIÓN (6 ECTS)	6.0
Planificación estratégica (6 ECTS)	6.0	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (6 ECTS)	6.0
Organización y gestión interna (6 ECTS)	6.0	DISEÑO ORGANIZATIVO (6 ECTS)	6.0
Análisis econométrico (6 ECTS)	6.0	ECONOMETRÍA: ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS (6 ECTS)	6.0
Economía española (6 ECTS)	6.0	ECONOMÍA ESPAÑOLA (6 ECTS)	6.0
Estados financieros (6 ECTS)	6.0	ELABORACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA (6 ECTS)	6.0
Gestión de procesos productivos (6 ECTS)	6.0	EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN DEL CAMBIO (6 ECTS)	6.0
Lengua extranjera para finanzas y contabilidad (inglés) (5 ECTS)	5.0	ENGLISH FOR FINANCE AND ACCOUNTING (6 ECTS)	6.0
Entidades bancarias y sus operaciones (6 ECTS)	6.0	ENTIDADES BANCARIAS Y SUS OPERACIONES (6 ECTS)	6.0
Coyuntura económica (6 ECTS)	6.0	ENTORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO (6 ECTS)	6.0
Estadística I (6 ECTS)	6.0	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS I (6 ECTS)	6.0
Estadística II (6 ECTS)	6.0	ESTADÍSTICA Y CIENCIA DE DATOS II (6 ECTS)	6.0
Gestión financiera (6 ECTS)	6.0	FINANZAS CORPORATIVAS I (6 ECTS)	6.0
Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)	6.0	FISCALIDAD DE LA EMPRESA (6 ECTS)	6.0

Fundamentos de administración de empresas (6 ECTS)	6.0	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera I (6 ECTS)	6.0	FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD (6 ECTS)	6.0
Introducción al márketing (6 ECTS)	6.0	FUNDAMENTOS DE MARKETING (6 ECTS)	6.0
Microeconomía I (6 ECTS)	6.0	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA (6 ECTS)	6.0
Microeconomía II (6 ECTS)	6.0	FUNDAMENTOS DE MICROECONOMÍA (6 ECTS)	6.0
Introducción al márketing (6 ECTS)	6.0	GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS (6 ECTS)	6.0
Gestión de carteras (6 ECTS)	6.0	GESTIÓN DE CARTERAS (6 ECTS)	6.0
Gobierno corporativo y RSC (6 ECTS)	6.0	GOBIERNO CORPORATIVO, RSC Y SOSTENIBILIDAD (6 ECTS)	6.0
Historia económica y economía mundial (6 ECTS)	6.0	HISTORIA ECONÓMICA Y ECONOMÍA MUNDIAL (6 ECTS)	6.0
Ingeniería financiera (6 ECTS)	6.0	INGENIERÍA FINANCIERA (6 ECTS)	6.0
Introducción al derecho (6 ECTS)	6.0	INTRODUCCIÓN AL DERECHO MERCANTIL (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía I (6 ECTS)	6.0	MACROECONOMÍA I: PRODUCCIÓN, DINERO Y PRECIOS (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía II (6 ECTS)	6.0	MACROECONOMÍA II: INFLACIÓN, CRECIMIENTO Y SECTOR EXTERIOR (6 ECTS)	6.0
Matemáticas I (6 ECTS)	6.0	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD I (6 ECTS)	6.0
Matemáticas II (6 ECTS)	6.0	MATEMÁTICAS PARA FINANZAS Y CONTABILIDAD II (6 ECTS)	6.0
Operaciones actuariales y de seguros (6 ECTS)	6.0	OPERACIONES ACTUARIALES Y DE SEGUROS (6 ECTS)	6.0
Planificación fiscal de la empresa (6 ECTS)	6.0	PLANIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa I (6 ECTS)	6.0	PRÁCTICAS EN EMPRESA I (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa II (6 ECTS)	6.0	PRÁCTICAS EN EMPRESA II (6 ECTS)	6.0
Renta fija y derivados (6 ECTS)	6.0	RENTA FIJA Y DERIVADOS (6 ECTS)	6.0
Sistemas de información para el marketing (6 ECTS)	6.0	SIMULADOR DE DECISIONES COMERCIALES (6 ECTS)	6.0
Sistemas decisionales (5 ECTS)	5.0	SISTEMAS DECISIONALES (6 ECTS)	6.0
Sistemas informativos contables (6 ECTS)	6.0	SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS (6 ECTS)	6.0



Valoración de empresas (6 ECTS)	6.0	VALORACIÓN DE EMPRESAS (6 ECTS)	6.0
---------------------------------	-----	---------------------------------	-----

13. HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión: v1.0 (13/12/2024)

Fecha de aprobación en Comisión de Garantía de Calidad:

Fecha de aprobación en Junta de Facultad:

Fecha de aprobación en Comisión de Estudios de Grado:

1. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Marketing and Market Research

2. ÁMBITO Y RAMA DE CONOCIMIENTO

Ámbito de conocimiento
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Rama de conocimiento
Ciencias Sociales y Jurídicas

3. CENTRO o CENTROS DE IMPARTICIÓN

Centro
Facultad de Economía y Empresa (Zaragoza)

4. DATOS DE LA TITULACIÓN

Modalidad	Presencial
Título habilitante	No
Mención dual	No
Título conjunto	No

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO FORMATIVO DE LA TITULACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de formación. Las asignaturas **optativas** refieren al número de créditos ofertados. Las **prácticas externas** refieren a las prácticas obligatorias.

Tipo de formación	Créditos ECTS	N. de asignaturas
Formación básica (FB)	60	10
Obligatorias (OB)	132	22
Optativas a cursar (OP)	117	21
Prácticas externas obligatorias (PE)	0	0
Trabajo fin de grado (TFG)	6	1
Total créditos ECTS	315	54

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA TITULACIÓN

6.1 Conocimientos:

CON-1. Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales.

- Ser capaz de explicar el significado y la razón de ser de la empresa. - Saber definir los conceptos básicos en torno a la administración y dirección general de la empresa y de sus áreas funcionales. - Identificar y

describir las características básicas y el alcance de las diferentes funciones directivas en la empresa: la planificación, la organización, la dirección y el control. - Diferenciar y explicar los elementos clave del proceso de toma de decisiones.

- - Identificar las áreas de la organización y los mecanismos de coordinación que contribuyen a desarrollar innovaciones. - Analizar los determinantes internos de la organización para responder al cambio.
- - Entender la contabilidad como sistema de información básico para la adopción de decisiones, los usuarios de la información contable y los tipos de sistemas contables.
- - Conocer los componentes básicos de la contabilidad de costes y como se integran en organizaciones e instituciones. - Ser capaz de definir y medir los aspectos inherentes a la sostenibilidad internos de las empresas de aplicación al entorno del marketing y la información no financiera.
- - Identificar el concepto de Dirección y liderazgo de Equipos dentro de los paradigmas de liderazgo, y cuál es su alcance, función e importancia en las organizaciones - Identificar algunas herramientas que posibiliten una solución a los problemas críticos de gestión de equipos - Proporcionar el esquema general de los elementos de liderazgo, motivación, competencias y herramientas de análisis y participación necesario en una dirección de equipos eficiente y resiliente.
- - Identificar el concepto de ventaja competitiva y manejar adecuadamente algunos indicadores que aproximan la creación de valor en la empresa, así como el papel que desempeña la estrategia en este proceso. - Comprender en qué consisten las estrategias competitivas genéricas básicas, identificar sus fuentes y describir cómo se produce la generación de valor a partir de su ejecución. - Conocer la estrategia corporativa y comprender su importancia para el crecimiento de la empresa. - Conocer cómo realizar un diagnóstico de la realidad interna de la empresa, detectando tanto sus puntos débiles como los fuertes e identificando aquellos recursos y capacidades susceptibles de ser fuente de una ventaja competitiva sostenible.
- - Identificar, analizar y proponer mecanismos para la resolución de los problemas organizativos básicos que surgen en el seno de las organizaciones: problema de coordinación y problema de motivación.
- - Comprender los principios fundamentales de la contabilidad, el análisis de estados financieros, la presupuestación, las decisiones de inversión y el control de gestión, propios de la actividad de marketing de la organización. - Entender el papel de las metodologías ágiles, las técnicas de creatividad y la gestión de proyectos y su utilidad para el marketing.
- - Reconocer las áreas funcionales de la empresa e identificar su papel en las organizaciones.
- - Analizar y describir la interrelación entre las áreas funcionales de una empresa

CON-2. Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing.

- - Identificar los conceptos de Derecho civil y mercantil esenciales para el desenvolvimiento en el mercado (persona física y jurídica, representación, responsabilidad, patrimonio, empresa y empresario, contratos y consumidor, competencia desleal, publicidad ilícita y propiedad intelectual). - Distinguir los tipos de sociedades mercantiles (en especial la SA y SRL) y aprender su proceso de constitución, su régimen jurídico básico y su insolvencia a través del concurso de acreedores.
- - Ser capaz de identificar los aspectos básicos sobre la influencia del entorno en la dirección de la empresa y la formulación de la estrategia.
- - Conocer los principales hechos de la evolución de la economía mundial en el pasado y el presente. - Comprender los modelos de políticas económicas en relación con el crecimiento económico y el desarrollo humano; así como las alteraciones y cambios históricos multicausales.
- - Identificar los elementos fundamentales de un problema surgido en el contexto del marketing y del análisis de mercados, formalizarlo matemáticamente, si es posible, y determinar la solución económicamente más adecuada.
- - Explicar el contexto social, económico, institucional y jurídico del mercado y sus implicaciones para el marketing. - Conocer el entorno medioambiental que delimita la actividad empresarial y la sostenibilidad social, económica y medioambiental de dicha actividad.
- - Identificar los elementos fundamentales de un problema surgido en el contexto del marketing y del análisis de mercados, formalizarlo matemáticamente, si es posible, y determinar la solución económicamente más adecuada.
- - Compresión de los problemas de decisión de productores y consumidores.
- - Comprender los límites, las dinámicas de los mercados y su estructura competitiva.

- Entender la contribución los sistemas de Ciencia y Tecnología al bienestar de la organización y a todo el entorno en el que opera. - Conocer los mecanismos ¿pull¿ del mercado para desarrollar bienes y servicios innovadores. - Analizar los determinantes externos de la organización para responder al cambio.
- Identificación de tipo de competencia y descripción de la estructura de mercado en base a ella.
- Identificar los principales indicadores macroeconómicos y describir cómo reflejan el estado del entorno económico. - Describir las relaciones entre las principales macromagnitudes y utilizar ese análisis para evaluar las decisiones estratégicas de marketing de una organización. - Comprender el papel de las instituciones económicas en la regulación y estabilización de la economía.
- Comprender la relación de la empresa con el entorno del mercado actual y potencial, así como su incidencia sobre el área de marketing e investigación de mercados. - Describir los principales sectores productivos de la economía española. - Conocer la situación del mercado laboral español, así como la importancia de instituciones y agentes sociales en su correcto funcionamiento.
- Comprender los principales elementos estructurales y culturales de la sociedad de consumo. - Comprender los cambios sociales que influyen sobre el comportamiento de los consumidores.
- Comprender el entorno económico, social e institucional para formular los modelos econométricos con las variables adecuadas aplicados al marketing y la investigación de mercados.
- Identifica correctamente los principales impuestos que afectan a la actividad empresarial.
- Comprender el potencial de beneficios que ofrece un determinado sector industrial a partir del análisis de una serie de dimensiones básicas.
- Ser capaz de explicar el significado y la razón de ser de la empresa en el sistema económico.
- Utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos necesarios para el análisis de la coyuntura, delimitando con precisión las macromagnitudes económicas.
- Identificar oportunidades y amenazas en el entorno político, económico y cultural, analizando su impacto en la toma de decisiones empresariales.
- Familiarizarse con tipos de texto profesionales en entornos digitales y con su lenguaje específico.

CON-3. Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing.

- Conocer los conceptos y herramientas matemáticas necesarias para poder plantear y resolver problemas relacionados con el marketing e investigación de mercados.
- Conocer las herramientas e instrumentos de análisis del ámbito económico utilizados en el área de marketing para realizar previsiones de la demanda.
- Conocer el papel y la contribución de la Estadística y la Ciencia de Datos en la toma científica de las decisiones. - Definir conceptos básicos de probabilidad y aplicar los teoremas fundamentales para la resolución de problemas sencillos del Cálculo de Probabilidades y del Análisis Estadístico de las Decisiones.
- Comprender los fundamentos y leyes de valoración utilizados en las operaciones financieras. - Comprender los tipos de interés, y los productos financieros más habituales utilizados por las empresas. - Conocer las herramientas informáticas aplicables para la preparación de préstamos, valoración de proyectos de inversión, etc.
- Conocer los conceptos y herramientas matemáticas necesarias para poder plantear y resolver problemas relacionados con el marketing e investigación de mercados.
- Identificación de los elementos que componen el método de trabajo del Análisis Económico.
- Entender los fundamentos de las TICs y su aplicabilidad a la actividad del marketing.
- Comprender y emplear la probabilidad como una medida de incertidumbre de los fenómenos económicos. - Emplear y planificar métodos de muestreo para extraer información de un fenómeno económico. - Conocer y aplicar las técnicas estadísticas inferenciales con el objeto de tomar decisiones con rigor científico.
- Compresión del concepto de equilibrio de mercado en el corto y largo plazo, y obtención de éste para diferentes estructuras de mercado.
- Definir conceptos clave de macroeconomía como PIB, inflación o tasa de desempleo, y su relevancia para el análisis del entorno macroeconómico. - Describir los efectos de las decisiones de política económica y otras perturbaciones de ámbito global sobre el entorno en el que opera la organización.
- Comprender los fundamentos, principios y conceptos básicos recogidos en el marco conceptual de la contabilidad. - Comprender las fases del ciclo contable y, a un nivel básico, las normas de registro y valoración.

- - Comprender los conceptos necesarios para la realización de estudios de mercado - Entender el uso de las TICs y su aplicación a la investigación de mercados
- - Conocer y aplicar diferentes métodos multivariantes para extraer información de una gran base de datos.
- - Comprender los conceptos estadísticos que contribuyan a la realización de estudios de mercado. - Entender los fundamentos de las TICs y su aplicabilidad a la actividad del marketing.
- - Conocer los principales sistemas y herramientas de contabilidad de costes que afectan a las actividades de gestión empresarial y, en particular, del marketing. - Comprender el proceso de presupuestación y control y aplicarlo a través de herramientas informáticas y de IA. - Conocer y aplicar las herramientas principales para el control de gestión y presupuestario y dashboards o cuadros de mando.
- - Seleccionar las herramientas econométricas necesarias para el análisis de los datos utilizados en el marketing. - Dominar las herramientas informáticas necesarias para el manejo de datos y la estimación de los modelos para la investigación de mercados.
- - Evaluar y analizar la situación económica y financiera de una organización. - Identificar y utilizar las fuentes de información y herramientas de análisis adecuadas. - Analizar el impacto de las decisiones financieras en las estrategias empresariales
- - Adquirir conocimientos y buenas prácticas en el uso de las TIC que les capacite para hacer una utilización segura, ética, eficiente, legal y responsable de la tecnología y los datos informáticos en su entorno profesional.
- - Conocer diferentes métodos multivariantes para extraer información de una gran base de datos.
- - Comprender los fundamentos de las bases de datos y la inteligencia artificial.
- - Adquirir el vocabulario específico de la práctica profesional para poder llevar a cabo una comunicación efectiva. - Utilizar las estrategias de organización y síntesis del discurso formal y profesional en inglés oral y escrito.
- - Interpretar la información procedente de la investigación de mercados y utilizarla para la actividad de marketing - Entender los fundamentos de las TICs y su aplicabilidad a la actividad del marketing.

CON-4. Explicar los fundamentos del marketing.

- - Comprender la filosofía del marketing y sus implicaciones en las distintas áreas funcionales de la organización. - Identificar los diferentes tipos de mercados, las conductas de compra del consumidor y sus procesos de decisión. - Entender los conceptos de estrategia competitiva, segmentación, posicionamiento y fidelización. - Conocer las tareas que desarrollan los profesionales del marketing y las características principales de su mercado de trabajo. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- - Identificar los diferentes tipos de mercados, las conductas de compra del consumidor y sus procesos de decisión. - Comprender la importancia del estudio del consumidor dentro de la estrategia de marketing, los factores que le influyen, así como las nuevas tendencias de consumo.
- - Entender los conceptos de estrategia competitiva, segmentación, posicionamiento y fidelización. - Conocer las tareas que desarrollan los profesionales del marketing y las características principales de su mercado de trabajo. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- - Comprender la importancia del estudio del consumidor dentro de la estrategia de marketing. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- - Comprender la filosofía del marketing y sus implicaciones en las distintas áreas funcionales de la organización. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- Entender los conceptos de estrategia competitiva, segmentación, posicionamiento y fidelización.
- - Identificar los diferentes tipos de mercados, las conductas de compra del consumidor y sus procesos de decisión.
- - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- - Conocer las tareas que desarrollan los profesionales del marketing y las características principales de su mercado de trabajo. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing.
- - Identificar los diferentes tipos de mercados, las conductas de compra del consumidor y sus procesos de decisión. - Entender el comportamiento del cliente-consumidor, los factores que le influyen, así como las nuevas tendencias de consumo en el ámbito internacional.

- - Comprender la filosofía del marketing sostenible y sus implicaciones en las distintas áreas funcionales de las organizaciones públicas y no lucrativas. - Comprender los principios éticos que deben guiar las actividades de marketing en el ámbito público y no lucrativo.

CON-5. Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías.

- - Comprender el proceso de la investigación de mercados y su utilidad dentro del proceso de planificación de marketing. - Conocer las herramientas cuantitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados. - Estudiar los códigos deontológicos y de buenas prácticas en investigación de mercados.
- - Comprender el proceso de la investigación de mercados y su utilidad dentro del proceso de planificación de marketing. - Conocer las herramientas cuantitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados. - Conocer las herramientas cualitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados.
- - Conocer las principales herramientas metodológicas para el estudio de los factores sociales relevantes para el marketing.
- - Comprender el proceso de la investigación de mercados y su utilidad dentro del proceso de planificación de marketing. - Conocer las herramientas cuantitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados. - Entender las técnicas estadísticas y econométricas que se pueden utilizar en investigación comercial.
- - Comprender el proceso de la investigación de mercados y su utilidad dentro del proceso de planificación de marketing. - Conocer las herramientas cualitativas y cuantitativas de análisis y diagnóstico para la investigación de mercados.
- - Comprender el proceso de la investigación de mercados y su utilidad dentro del proceso de planificación de marketing.

CON-6. Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing.

- - Identificar los principales atributos de un producto y describir las características más relevantes de su gestión. - Conocer las estrategias de creación y posicionamiento de la marca. - Explicar las herramientas que permiten analizar la percepción de la marca, su valor y su posicionamiento en el mercado objetivo. - Comprender la importancia de la identidad corporativa e identificar sus elementos. - Conocer las estrategias de desarrollo, lanzamiento y control de nuevos productos. - Comprender los diferentes métodos de análisis de una cartera de productos y su aplicación. - Conocer el marco jurídico que regula el registro de productos y marcas
- - Conocer los sistemas de distribución comercial y sus componentes. - Identificar los distintos canales de distribución y formatos comerciales. - Estudiar los procesos de identificación y solución de conflictos y los de mejora de la eficiencia del canal y las actividades de distribución física.
- - Conocer los diferentes instrumentos del mix de comunicación. - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada en marketing. - Conocer los conceptos básicos asociados al mercado publicitario, así como las herramientas que se utilizan para desarrollar campañas efectivas. - Comprender la tipología de los planes de promoción de ventas según los diferentes tipos de producto y agentes implicados. - Estudiar la estructura y el contenido de un plan de comunicación integrado. - Conocer el marco jurídico que regula la comunicación comercial. - Conocer los principios y métodos para gestionar la comunicación durante situaciones de crisis corporativa, asegurando una respuesta efectiva y oportuna.
- - Describir las técnicas de venta para cada producto/mercado y conocer y valorar las estructuras de la fuerza de ventas. - Comprender las posibilidades de las TIC dentro de las tareas del comercial y del jefe de ventas. - Conocer las técnicas de dirección de equipos de trabajo.
- - Comprender los conceptos básicos de la fijación comercial de precios. - Estudiar los métodos y estrategias de fijación de precios. - Analizar la respuesta previsible del cliente ante las diferentes políticas de fijación de precios.
- - Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada en marketing. - Conocer los conceptos básicos asociados al mercado publicitario, así como las herramientas que se utilizan para desarrollar campañas efectivas. - Comprender la tipología de los planes de promoción de ventas según los diferentes tipos de producto y agentes implicados. - Conocer los principios y métodos para gestionar la comunicación durante situaciones de crisis corporativa, asegurando una respuesta efectiva y oportuna.
- - Estudiar las principales decisiones relacionadas con las variables del marketing mix en contextos industriales y de servicios.
- - Estudiar las principales decisiones relacionadas con las variables de marketing mix en un contexto internacional.
- - Tomar decisiones de marketing en condiciones competitivas, con tiempo limitado - Comprender las consecuencias empresariales de las decisiones tomadas y valorar los resultados obtenidos

- - Conocer los principales motivos y factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.

CON-7. Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing.

- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización.
- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización. - Conocer los principios del marketing relacional y transaccional.
- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización.
- - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización. - Comprender el papel de las TIC en la planificación estratégica de marketing. - Analizar y valorar la planificación estratégica de marketing de la organización y proponer acciones de mejora y su control. - Conocer los principios del marketing relacional y transaccional.
- - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización.
- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización. - Comprender el papel de las TIC en la planificación estratégica de marketing. - Analizar y valorar la planificación estratégica de marketing de la organización y proponer acciones de mejora y su control.
- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización
- - Comprender cómo definir objetivos de marketing específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. - Identificar y valorar las estrategias competitivas de marketing en cada mercado, y orientar consecuentemente la actividad de la organización. - Analizar y valorar la planificación estratégica de marketing de la organización y proponer acciones de mejora y su control.
- - Analizar las decisiones estratégicas de marketing orientadas a la sostenibilidad y el bien público. - Comprender el papel de las TIC en la planificación estratégica del marketing sostenible en las organizaciones públicas y no lucrativas.

CON-8. Entender el alcance del marketing digital.

- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo. - Comprender los retos y oportunidades que presenta Internet en la gestión de los canales de distribución. - Conocer las estrategias de precios en entornos digitales.
- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo - Identificar las distintas estrategias para gestionar una marca online. - Comprender las estrategias utilizadas en la comunicación digital.
- - Comprender los retos y oportunidades que presenta Internet en la gestión de los canales de distribución.
- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo. - Comprender las estrategias utilizadas en la comunicación digital. - Conocer las diversas herramientas y plataformas digitales disponibles para la creación, gestión y análisis de campañas de comunicación digital.
- - Describir los aspectos más característicos de la investigación de mercados online, los retos a los que se enfrenta y los nuevos avances tecnológicos.
- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo. - Conocer las estrategias de precios en entornos digitales.
- - Gestión de la información. Que un profesional de marketing sea capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal.

- - Identificar las distintas estrategias para gestionar una marca online. - Comprender las estrategias utilizadas en la comunicación digital. - Conocer las diversas herramientas y plataformas digitales disponibles para el diseño, gestión y control de campañas de comunicación digital.
- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo. - Describir los aspectos más característicos de la investigación de mercados online, los retos a los que se enfrenta y los nuevos avances tecnológicos. - Conocer las diversas herramientas y plataformas digitales disponibles para la creación, gestión y análisis de campañas de comunicación digital.
- - Comprender la relevancia del marketing digital en la actividad de marketing de las organizaciones, así como los conceptos, estrategias y materias asociadas al mismo.

CON-9. Describir las particularidades del marketing en sectores de actividad con características específicas.

- - Entender el comportamiento del cliente organizacional, los factores que le influyen y su proceso de compra - Estudiar las estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial.
- - Conocer la actividad de marketing en los servicios. - Analizar y valorar el papel de las variables comerciales en los servicios. - Conocer la actividad de marketing en el sector industrial. - Analizar y valorar el papel de las variables comerciales en el sector industrial.
- - Estudiar las estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial.
- - Comprender el papel del marketing sostenible en las organizaciones públicas y no lucrativas. - Conocer el papel de la responsabilidad social corporativa y su influencia en el marketing de las organizaciones públicas y no lucrativas.

6.2 Habilidades:

HAB-1. Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones.

- - Identificar las consecuencias jurídicas y evaluar la responsabilidad jurídica de los empresarios individuales y sociales en su actuación en el mercado. - Relacionar las consecuencias jurídicas de la actuación empresarial con consideraciones de otra índole (económica, estratégica, social, medioambiental, etc.)
- - Conocer los conceptos matemáticos técnicos que pueden utilizarse en diversidad de situaciones prácticas relacionadas con el marketing y del análisis de mercados.
- - Analizar el diseño organizativo de un proyecto. - Proponer repartos de tareas y responsabilidades de acuerdo al tipo de organización que participa en un consorcio en colaboración y/o la aportación de cada área funcional.
- - Formular e interpretar los estados financieros y otros informes a nivel básico.
- - Elaborar informes a partir de la interpretación de los resultados econométricos útiles para la toma de decisiones en los proyectos multidisciplinares.
- - Pensar crítica y estratégicamente en torno al liderazgo y dirección de equipos como un motor de innovación y éxito empresarial, y de desarrollo económico y social. - Comunicar de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades y trabajos realizados, aprendiendo a planificar los mismos y optimizar el tiempo
- - Ser capaz de comprender el proceso de toma de decisiones de los agentes económicos en el seno de las organizaciones, en diferentes contextos organizativos determinados por las condiciones de información y la relación entre los objetivos de los miembros de la organización.
- - Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones.
- - Desarrollar la planificación de un proyecto, que incluya la definición de objetivos, el desglose del trabajo en actividades, la asignación de recursos, la estimación de tiempos y costes, la identificación y gestión de riesgos y los instrumentos de control. - Aplicar las reglas y criterios que permiten elaborar y presentar los distintos tipos de presupuestos en el ámbito del marketing.
- - Evaluar cómo el Business Model Canvas se utiliza para establecer un posicionamiento estratégico efectivo en un nuevo emprendimiento. - Aplicar la metodología Lean Start-up para desarrollar y validar ideas de negocio, entendiendo su funcionamiento y dinámica.
- - Capacidad para coordinar las decisiones de marketing con las decisiones de otras áreas funcionales de la organización.

HAB-2. Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización.

- - Aprender a buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y los datos jurídicos (Boletines Oficiales, jurisprudencia, resoluciones de diferentes instituciones públicas). - Conocer la normativa aplicable a las principales cuestiones jurídicas estudiadas y saber aplicarla de forma crítica y reflexiva para solucionar los problemas jurídicos a los que se puede enfrentar un empresario más habitualmente.
- - Emplear técnicas y modelos sencillos para la resolución de problemas en las diferentes áreas funcionales de la empresa, identificando para ello las variables relevantes.
- - Ofrecer una interpretación sobre las causas y consecuencias de estos procesos. - Profundizar en el conocimiento de los fundamentos de la disciplina.
- - Usar software de matemáticas y programación para modelizar la información obtenida por medios informáticos y obtener conclusiones adecuadas con las que realizar un diagnóstico del mercado.
- - Identificar y explicar las fuerzas del entorno que afectan a las decisiones de marketing, como los factores económicos, tecnológicos, socioculturales, institucionales, políticos y legales. - Definir las necesidades de información secundaria de la empresa, seleccionar las fuentes de información y, si procede, saber gestionar el acceso y la descarga de la información de los servidores correspondientes.
- - Usar software de matemáticas y programación para modelizar la información obtenida por medios informáticos y obtener conclusiones adecuadas con las que realizar un diagnóstico del mercado.
- - Empleo correcto del lenguaje económico para describir los fenómenos económicos. - Predecir razonadamente el comportamiento de un agente en base a sus problemas de decisión, y los cambios que se producen en un mercado competitivo ante dichos comportamientos.
- - Describir e interpretar correctamente cualquier problema de decisión de un agente económico, consumidor o productor.
- - Analizar la información tecnológica, económica y legal para proporcionar opciones de desarrollo de innovaciones. - Confeccionar análisis de prospectiva estratégica.
- - Predecir razonadamente cómo cambia el equilibrio del mercado y el bienestar de los agentes económicos ante cambios en su comportamiento o intervención gubernamental. - Identificar los posibles fallos de mercados de una economía.
- - Recopilar y analizar datos de indicadores económicos para realizar un diagnóstico sobre el estado de una economía.
- - Conocer y utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos de análisis y diagnóstico de la economía española para la investigación de mercados. - Manejar e interpretar adecuadamente los informes de coyuntura publicados por instituciones económicas nacionales e internacionales. - Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones y escenarios o, en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía española en diferentes momentos del tiempo.
- - Diseñar técnicas específicas para el estudio sociológico de las tendencias y cambios en los hábitos de consumo - Analizar los resultados de estudios sociológicos sobre hábitos de consumo y valorar su relevancia para el marketing
- - Interpretar toda la información del entorno para la correcta especificación de los modelos econométricos y para el análisis y cuantificación de los mismos atendiendo al tipo de datos y la formulación de variables discretas o continuas.
- - Conoce los elementos tributarios de los principales impuestos y comprende su incidencia en la actividad económica
- - Identificar las oportunidades y amenazas a la sostenibilidad de los beneficios y aprender cómo las empresas pueden protegerse contra estas amenazas.
- - Profundizar en los desarrollos y aplicaciones de la Teoría de la Decisión y de la Teoría de Agencia para el diseño de instrumentos orientados a incrementar la creación de riqueza de la organización para la Sociedad.
- - Ser capaz de interpretar adecuadamente la información económica aparecida en los diferentes informes coyunturales que publican las instituciones económicas más relevantes del ámbito nacional e internacional.
- - Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización.
- - Identificar y explicar las fuerzas del entorno que afectan a las decisiones de marketing, como los factores económicos, tecnológicos, socioculturales, institucionales, políticos y legales.
- - Diseñar un plan de negocio que integre los elementos necesarios y que responda a las características del entorno estudiado, proporcionando así viabilidad y sostenibilidad al proyecto.
- - Interpretar de forma crítica y presentar textos relativos al ámbito empresarial en contextos internacionales en forma oral y escrita. - Aprender a dar retroalimentación de manera constructiva.

- Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización
- Analizar los principales factores sociales que influyen sobre la evolución de los mercados y el posicionamiento de la organización.
- Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización.

HAB-3. Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing.

- Saber usar la técnica matemática más adecuada a cada problema práctico
- Definir, calcular y deducir las propiedades de las medidas estadísticas descriptivas básicas para sintetizar la posición, la dispersión y la forma de la distribución de frecuencias de un conjunto de datos univariantes. - Analizar la relación entre dos variables estadísticas distinguiendo por el tipo de variable (cualitativa /cuantitativa). - Ser capaz de manejar los números índices más utilizados en Economía e interpretar los resultados obtenidos.
- Ser capaz de identificar y clasificar las operaciones financieras para analizarlas correctamente. - Aplicar las leyes financieras en las diferentes operaciones financieras de una empresa a un nivel básico.
- Saber usar la técnica matemática más adecuada a cada problema práctico.
- Planteamiento de los problemas de optimización tanto de consumidores como de productores.
- Ser capaz de seleccionar y utilizar aplicaciones informáticas necesarias para gestionar la actividad de marketing.
- Obtener, con apoyo de las TIC, los resultados estadísticos necesarios para estimar o contrastar afirmaciones sobre los datos analizados, midiendo las garantías de las decisiones adoptadas.
- Planteamiento y obtención del equilibrio de mercado en contexto de competencia perfecta e imperfecta, y descripción de éste.
- Aplicar la teoría macroeconómica para evaluar el impacto de políticas económicas sobre el entorno. - Emplear el análisis macroeconómico para evaluar los efectos de cambios en la estructura económica sobre las estrategias empresariales.
- Aplicar las normas de registro y valoración de la información de la actividad económico-financiera de las organizaciones a un nivel básico.
- Utilizar los instrumentos y las herramientas necesarios para la investigación de mercados
- Realizar un análisis inicial de un conjunto de datos multivariantes. - Manejar herramientas informáticas que permitan la comprensión y el entendimiento de realidades en el ámbito del marketing.
- Utilizar los instrumentos matemáticos, estadísticos y econométricos necesarios en la investigación de mercado y el marketing. - Ser capaz de seleccionar y utilizar aplicaciones informáticas necesarias para gestionar la actividad de marketing.
- Ser capaz de identificar, obtener y clasificar la información contable para proyectos y actividades de marketing para analizarla, interpretarla y comunicarla. - Ser capaz de calcular y analizar la ejecución de distintos tipología de presupuestos de empresas y organizaciones que realicen actividades de marketing. - Comprender y aplicar los sistemas de contabilidad de costes, presupuesto y control por proyectos.
- Identificar la metodología econométrica más adecuada, en función del objetivo y del tipo de datos. - Uso de herramientas informáticas precisas para la aplicación de las técnicas econométricas a datos en el ámbito del marketing.
- Analizar la información contable y financiera de la empresa para proporcionar recomendaciones que apoyen la gestión y la formulación de estrategias. - Detectar los desequilibrios de la empresa y proponer medidas correctoras para abordarlos.
- Elaborar documentos digitales de calidad de modo eficiente, integrando información textual, numérica, gráfica, procedente de diversas fuentes. - Realizar tratamiento avanzado de datos con hoja de cálculo: Cálculos y representaciones gráficas, simulación, tablas dinámicas, macros - Publicación y difusión de contenidos. Diseñar y crear publicaciones, incluyendo edición de imagen. Sitios web. - Crear formularios online. Gestión de respuestas.
- Aplicar técnicas de aprendizaje supervisado para comprender y extraer información en el ámbito de la investigación de mercados - Manejar herramientas informáticas que permitan resolver problemas de toma

de decisiones. - Aplicar métodos multivariantes avanzados para extraer información de una gran base de datos. - Conocer las aproximaciones científicas seguidas en la resolución de los problemas complejos caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios.

- Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing.
- Aprender a crear bases de datos y realizar consultas. - Realizar limpieza de variables y aplicar algoritmos de inteligencia artificial para asignar valores a variables desconocidas en bases de datos. - Construcción de Modelos mediante el uso de algoritmos de aprendizaje automático para construir modelos predictivos y descriptivos. - Evaluación de la calidad de los modelos mediante técnicas como validación cruzada, conjunto de entrenamiento y prueba, y matrices de confusión. - Familiarizarse con diferentes algoritmos de inteligencia artificial y aprender a utilizarlos para realizar análisis predictivos.
- Utilizar software relevante para su práctica profesional para la comunicación oral y escrita. - Integrar el uso de webs especializadas (ej. thesaurus, collocation dictionaries, pronunciation dictionaries) para el aprendizaje del idioma en el campo del marketing.

HAB-4. Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial.

- Analizar, evaluar y caracterizar los distintos productos-mercados de la organización. - Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones. - Aplicar los principios éticos en las actividades de marketing.
- Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones. - Analizar el comportamiento del cliente-consumidor, identificando sus factores determinantes, así como las nuevas tendencias de consumo. - Diseñar mapas de experiencia del cliente en los que estén recogidos todos los puntos de contacto del cliente con la marca, las necesidades y expectativas del cliente en cada etapa, y el flujo de experiencias. - Aplicar los principios éticos en las actividades de marketing.
- Analizar el comportamiento del cliente-consumidor, identificando sus factores determinantes, así como las nuevas tendencias de consumo. - Aplicar los principios éticos en las actividades de marketing.
- Aplicar los principios éticos en las actividades de marketing.
- Analizar, evaluar y caracterizar los distintos productos-mercados de la organización.
- Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial.
- Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones. - Analizar el comportamiento del cliente-consumidor, identificando sus factores determinantes, así como las nuevas tendencias de consumo.
- Analizar, evaluar y caracterizar los distintos productos-mercados de la organización. - Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones.
- Aplicar los principios éticos en las actividades de marketing. - Aplicar el concepto de desarrollo sostenible en las estrategias de marketing tanto en actividades económico-empresarial como en públicas y no lucrativas.
- Analizar, evaluar y caracterizar los distintos productos-mercados de la organización. - Identificar las estrategias de posicionamiento y segmentación utilizadas por las organizaciones.
- Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial.

HAB-5. Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados.

- Elegir la metodología de investigación más adecuada para una determinada necesidad de información. - Desarrollar una investigación de mercados basada en la metodología de encuesta
- Elegir la metodología de investigación más adecuada para una determinada necesidad de información. - Desarrollar, presentar y defender un proyecto en el ámbito de la Investigación de Mercados y obtener conclusiones para la gestión empresarial.
- Ejercitarse en la práctica de herramientas de análisis sociológico del comportamiento del consumidor (encuestas, grupos de discusión, etc.).
- Elegir la metodología de investigación más adecuada para una determinada necesidad de información. - Desarrollar, presentar y defender un proyecto en el ámbito de la Investigación de Mercados y obtener conclusiones para la gestión empresarial. - Realizar un presupuesto para un proyecto de investigación de mercados.
- Elegir la metodología de investigación más adecuada para una determinada necesidad de información.
- Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados.

- - Desarrollar, presentar y defender un proyecto en el ámbito de la Investigación de Mercados y obtener conclusiones para la gestión empresarial.
- - Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones.

HAB-6. Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix.

- - Analizar la percepción de la marca y su valor en el mercado objetivo y proponer a las empresas estrategias y sistemas de seguimiento y control de sus marcas. - Realizar mapas de posicionamiento e identificar y proponer acciones de diferenciación y posicionamiento. - Aplicar metodologías de innovación y creatividad en los procesos de desarrollo de nuevos productos.
- - Analizar y valorar los canales de distribución de la empresa. - Desarrollar habilidades básicas para la negociación comercial con los diferentes agentes que integran el entorno de la organización. - Saber aplicar procesos de identificación y solución de conflictos y los de mejora de la eficiencia del canal y las actividades de distribución física.
- - Saber identificar los distintos elementos que componen el mix de comunicación y saber valorar la utilidad de cada uno de ellos ante situaciones concretas. - Diseñar un plan de comunicación integrado aplicando todas las etapas del proceso de planificación de la comunicación comercial. - Gestionar la comunicación en situaciones de crisis.
- - Desarrollar habilidades básicas para la negociación comercial con los diferentes agentes que integran el entorno de la organización. - Aplicar distintas técnicas para la previsión de demanda y el posterior tamaño y organización del equipo comercial.
- - Aplicar los diferentes métodos para determinar el precio de un producto basándose en sus costes. - Analizar el comportamiento de la demanda y fijar el precio de los productos atendiendo a los diferentes métodos de fijación de precios basados en la demanda. - Evaluar el comportamiento de la competencia y fijar el precio de los productos atendiendo a los diferentes métodos de fijación de precios basados en la competencia.
- - Diseñar un plan de comunicación integrado aplicando todas las etapas del proceso de planificación de la comunicación comercial.
- - Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix en el sector industrial. - Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix en el sector servicios.
- - Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix.
- - Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix en el ámbito internacional.
- - Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix, en el sector público y no lucrativo. - Analizar las decisiones sobre el producto, precio, distribución y comunicación en el sector público y no lucrativo, desde la perspectiva de la sostenibilidad.
- - Estudiar el comportamiento de la demanda en los distintos mercados y analizar mapas de posicionamiento y proponer acciones de diferenciación - Tomar decisiones en las variables de marketing y observar las consecuencias de las mismas en un entorno dinámico.
- - Ejercitarse en las habilidades propias de la negociación en las actividades comerciales. - Ejercitarse en la toma de decisiones, en la argumentación y la gestión de concesiones en los procesos de negociación.

HAB-7. Realizar la planificación estratégica de marketing.

- - Evaluar y decidir los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) más adecuados para la estrategia de la organización.
- - Identificar y evaluar la situación actual, analizando tanto la información del entorno externo como la información interna de la organización. - Evaluar y decidir los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) más adecuados para la estrategia de la organización.
- - Identificar y evaluar la situación actual, analizando tanto la información del entorno externo como la información interna de la organización. - Fijar los objetivos de marketing a alcanzar con el plan.
- - Fijar los objetivos de marketing a alcanzar con el plan. - Evaluar y decidir los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) más adecuados para la estrategia de la organización.
- - Identificar y evaluar la situación actual, analizando tanto la información del entorno externo como la información interna de la organización. - Fijar los objetivos de marketing a alcanzar con el plan. - Evaluar y decidir los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) más adecuados para la estrategia de la organización. - Desarrollar la planificación estratégica de marketing de una organización. - Realizar la presupuestación de un plan de marketing y definir su proceso de control.
- - Realizar la planificación estratégica de marketing.

- - Identificar y evaluar la situación actual, analizando tanto la información del entorno externo como la información interna de la organización. - Evaluar y decidir los instrumentos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) más adecuados para la estrategia de la organización. - Desarrollar la planificación estratégica de marketing de una organización.
- HA_07: Realizar la planificación estratégica de marketing.

HAB-8. Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing.

- - Identificar los aspectos básicos del marketing en los canales digitales. - Delimitar los principales tipos de modelos de negocio y de ingresos en el ámbito digital. - Ser capaz de identificar y analizar el entorno digital de la organización desde una perspectiva de marketing. - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización. - Valorar la estructura de los canales de distribución online. - Manejar las principales herramientas de software de marketing digital utilizadas en entornos profesionales. - Comprender las estrategias de fijación de precios en los mercados digitales. - Reconocer las principales tendencias tecnológicas existentes y su aplicación en la actividad de marketing. - Ser capaz de diseñar y evaluar sitios web y apps desde una perspectiva de diseño centrado en el usuario.
- - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización. - Ser capaz de extraer y analizar la información disponible en los canales digitales para diseñar y ejecutar acciones de marketing.
- - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización.
- - Identificar los aspectos básicos del marketing en los nuevos canales digitales. - Ser capaz de plantear estrategias de marketing digital desde una perspectiva que integre canales on y offline.
- - Investigar el mercado mediante herramientas digitales.
- - Delimitar los principales tipos de modelos de negocio en el ámbito digital. - Comprender las estrategias de fijación de precios en los mercados digitales. - Manejar fuentes de información fiables en el análisis de mercados digitales.
- - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización. - Efectuar análisis SEO. - Diseñar, ejecutar y controlar estrategias y acciones de comunicación específicas de entornos digitales (Earned Media, Owned Media y Paid Media). - Desarrollar estrategias y acciones de marketing en los social media. - Ser capaz de plantear estrategias de marketing digital desde una perspectiva que integre canales on y offline. - Manejar las principales herramientas de software de marketing digital utilizadas en entornos profesionales. - Comprender las estrategias de fijación - Manejar fuentes de información fiables en el análisis de mercados digitales. - Reconocer las principales tendencias tecnológicas existentes y su aplicación en la actividad de marketing.
- - Ser capaz de extraer y analizar la información disponible en los canales digitales para la toma de decisiones de marketing. - Investigar los canales digitales mediante herramientas específicas de los mismos. - Reconocer las principales tendencias tecnológicas existentes y su aplicación en la actividad de marketing. - Ser capaz de diseñar y evaluar sitios web y apps desde una perspectiva de diseño centrado en el usuario.
- - Gestión de la información. Que un profesional de marketing sea capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal.
- - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización. - Manejar las principales herramientas de software de marketing digital utilizadas en entornos profesionales.
- - Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing.
- - Ser capaz de identificar y analizar el entorno digital de la organización desde una perspectiva de marketing. - Comprender y aplicar las diferentes decisiones estratégicas en el marketing digital de la organización.
- - Desarrollar estrategias y acciones de marketing en los social media del sector público y no lucrativo.

6.3 Competencias:

CTR-1. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

- - Tener una visión sistémica del funcionamiento de nuestra sociedad, en concreto del sistema democrático y de los derechos fundamentales en los que se basa. - Tratar con respeto y en igualdad a todas las personas.

- - Valores democráticos y sostenibilidad. Que un profesional de marketing desarrolle el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- - Nombrar los retos actuales del planeta y evaluar su importancia. - Identificar los ODS a los que se puede contribuir desde las diferentes acciones profesionales y académicas que se realicen.

CTR-2. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

- - Trabajo en equipo. Que un profesional de marketing pueda colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. - Cooperar con personas con un fin unánime. - Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. - Identificar los posibles roles dentro del equipo.
- - Definir de manera conjunta los objetivos del equipo. - Cooperar con personas con un fin unánime. - Asumir responsabilidad de trabajo conjunto. - Identificar los posibles roles dentro del equipo.

CTR-3. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

- -Comprender la importancia de la aplicación del rigor científico en el desarrollo de su actividad profesional.
- - Pensamiento crítico. Que un profesional de marketing razone de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Profundizar en un tema que implique varias lógicas distintas, sabiendo limitar la extrapolación directa de los conceptos, metodologías e informaciones en las que hemos sido entrenados. - Identificar las diferencias y modos de construcción de lo que se consideran hechos, opiniones, interpretaciones y valoraciones. - Identificar y evaluar posibles consecuencias de nuestras decisiones, así como proponer alternativas razonadas ante una determinada situación, evento o concepto.

CTR-4. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

- - Inteligencia emocional. Que un profesional de marketing comprenda y regule las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.
- - Identificar las emociones que suceden en el interior de cada uno para saber gestionarlas adecuadamente afrontando el estrés y la frustración. - Comunicar de forma eficaz, efectiva y afectiva con una o varias personas. - Presentar una actitud positiva y constructiva ante las diferentes situaciones.

CTR-5. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

- - Innovación y Creatividad. Que un profesional de diseño y realice una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. - Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. - Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.
- - Proponer proyectos nuevos desarrollados mediante creatividad y curiosidad. - Saber introducir ideas y planteamientos originales en una tarea establecida. - Mostrar iniciativa y ser capaz de proponer un plan de acción.

CTR-6. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

- - Autoaprendizaje permanente. Que un profesional de marketing utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrolle estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Acceder a distintas fuentes de información y recursos disponibles cuestionando para aprender. - Iniciar el aprendizaje y persistir en él para gestionar el tiempo y la información eficazmente. - Utilizar de manera segura y crítica las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. - Diseñar y desarrollar estrategias de aprendizaje propias para ampliar lo aprendido según las necesidades personales y profesionales.

CTR-7. Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing.

- - Comunicación. Que un profesional de marketing sea capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing.

CTR-8. Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal.

- - Gestión de la información. Que un profesional de marketing sea capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal.
- - Comunicación. Que un profesional de marketing sea capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing.

7. ESTRUCTURA DE LA TITULACIÓN

Módulo	Formación Básica (60 ECTS)	
Matería	Contabilidad y finanzas (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Finanzas aplicadas al marketing (6 ECTS)	
Matería	Derecho (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Derecho privado patrimonial (6 ECTS)	
Matería	Economía aplicada (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Historia económica y economía mundial (6 ECTS)	
Matería	Fundamentos de marketing (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Principios de marketing (6 ECTS)	
Matería	Instrumentos para el análisis económico (12 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Matemáticas para marketing e investigación de mercados I (6 ECTS)	
	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II (6 ECTS)	
Matería	Métodos cuantitativos (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Estadística y ciencia de datos I (6 ECTS)	
Matería	Organización y dirección de empresas (6 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Fundamentos de administración y dirección de empresas (6 ECTS)	
Matería	Teoría económica (12 ECTS)	
	Asignaturas	
Matería	Microeconomía I: consumo y producción (6 ECTS)	
	Introducción a la macroeconomía (6 ECTS)	

Módulo	Formación Obligatoria (132 ECTS)	
Matería	Contabilidad y finanzas (12 ECTS)	
	Asignaturas	Contabilidad (6 ECTS)
		Sistemas de información interna para el marketing (6 ECTS)
Matería	Economía aplicada (12 ECTS)	
	Asignaturas	Economía española (6 ECTS)
		Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)
Matería	Fundamentos de marketing (6 ECTS)	
	Asignaturas	
	Comportamiento del cliente (6 ECTS)	
Matería	Instrumentos para el análisis económico (6 ECTS)	
	Asignaturas	
	Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados (6 ECTS)	
Matería	Investigación de mercados (18 ECTS)	
	Asignaturas	Investigación de Mercados I (6 ECTS)
		Investigación de mercados II (6 ECTS)
		Proyecto de investigación (6 ECTS)
Matería	Marketing digital (6 ECTS)	
	Asignaturas	
	Fundamentos de marketing digital (6 ECTS)	
Matería	Métodos cuantitativos (12 ECTS)	
	Asignaturas	Estadística y ciencia de datos II (6 ECTS)
		Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales (6 ECTS)
Matería	Organización y dirección de empresas (12 ECTS)	
	Asignaturas	Innovación y gestión del cambio (6 ECTS)
		Dirección de Equipos y liderazgo (6 ECTS)
Matería	Planificación estratégica de marketing (6 ECTS)	
	Asignaturas	
	Plan de marketing (6 ECTS)	
Matería	Sociología (6 ECTS)	

Asignaturas	Sociología del consumo (6 ECTS)
Materia	Teoría Económica (6 ECTS)
Asignaturas	Microeconomía II: mercados (6 ECTS)
Materia	Variables de marketing (30 ECTS)
Asignaturas	Producto y marca (6 ECTS)
	Distribución comercial (6 ECTS)
	Comunicación comercial (6 ECTS)
	Dirección de ventas (6 ECTS)
	Precios (6 ECTS)

Módulo	Optativas (117 ECTS)
Materia	Contabilidad y finanzas (6 ECTS)
Asignaturas	Análisis financiero para el marketing (6 ECTS)
Materia	Economía aplicada (3 ECTS)
Asignaturas	Entorno económico de la empresa (3 ECTS)
Materia	Informática aplicada al marketing (12 ECTS)
Asignaturas	Competencias digitales para el marketing (6 ECTS)
	Análisis de datos con inteligencia artificial (6 ECTS)
Materia	Inglés (6 ECTS)
Asignaturas	Inglés para marketing (6 ECTS)
Materia	Interdisciplinar (6 ECTS)
Asignaturas	Interdisciplinar (6 ECTS)
Materia	Marketing digital (12 ECTS)
Asignaturas	Comunicación comercial online (6 ECTS)
	Herramientas de investigación de mercados en internet (6 ECTS)
Materia	Marketing para áreas específicas (18 ECTS)
Asignaturas	Marketing sectorial (6 ECTS)

	Marketing internacional (6 ECTS)
	Marketing sostenible y público (6 ECTS)

Materia	Métodos cuantitativos (3 ECTS)
Asignaturas	Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados (3 ECTS)

Materia	Organización y dirección de empresas (18 ECTS)
Asignaturas	Dirección estratégica (6 ECTS)
	Diseño organizativo (6 ECTS)
	Emprendimiento y creación de empresas (6 ECTS)

Materia	Planificación estratégica de marketing (15 ECTS)
Asignaturas	Marketing estratégico (6 ECTS)
	Aplicaciones prácticas de marketing (3 ECTS)
	Simulación comercial (6 ECTS)

Materia	Prácticas en empresa (12 ECTS)
Asignaturas	Prácticas en empresa I (6 ECTS)
	Prácticas en empresa II (6 ECTS)

Materia	Sociología (6 ECTS)
Asignaturas	Técnicas sociológicas de negociación comercial (6 ECTS)

Módulo	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)
Materia	Trabajo fin de grado (6 ECTS)
Asignaturas	Trabajo fin de grado (6 ECTS)

8. DEFINICIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo	Formación Básica		
Materia	Contabilidad y finanzas		
Asignatura	Nombre	Finanzas aplicadas al marketing	
	Nombre en Inglés	Financial valuation in marketing	
	Tipología	Formación básica	

	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Derecho	
Asignatura	Nombre	Derecho privado patrimonial
	Nombre en Inglés	Private patrimonial law
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Derecho y especialidades jurídicas
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Derecho Civil; y (2) Derecho Mercantil

Matería	Economía aplicada	
Asignatura	Nombre	Historia económica y economía mundial
	Nombre en Inglés	Economic history and world economy
	Tipología	Formación básica
		Ciencias económicas, administración y dirección de empresas,

	Ámbito (si FB)	márquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas

Matería	Fundamentos de marketing	
Asignatura	Nombre	Principios de marketing
	Nombre en Inglés	Principles of marketing
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Matemáticas para marketing e investigación de mercados I
	Nombre en Inglés	Mathematics for marketing and market research I

	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II
	Nombre en Inglés	Mathematics for marketing and market research II
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Estadística y ciencia de datos I
	Nombre en Inglés	Statistics and data science I

	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Matería	Organización y dirección de empresas	
Asignatura	Nombre	Fundamentos de administración y dirección de empresas
	Nombre en Inglés	Essences of management
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Teoría económica	
Asignatura	Nombre	Microeconomía I: consumo y producción

	Nombre en Inglés	Microeconomics I: consumption and production
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Introducción a la macroeconomía
	Nombre en Inglés	Introduction to macroeconomics
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo	Formación Obligatoria
Matería	Contabilidad y finanzas

Asignatura	Nombre	Contabilidad
	Nombre en Inglés	Accounting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Sistemas de información interna para el marketing
	Nombre en Inglés	Internal information systems for marketing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Matería	Economía aplicada	
Asignatura	Nombre	Economía española
	Nombre en Inglés	Spanish economy
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada
Asignatura	Nombre	Fiscalidad de la empresa
	Nombre en Inglés	Business taxation
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Fundamentos de marketing	
Asignatura	Nombre	Comportamiento del cliente
	Nombre en Inglés	Consumer behaviour
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6

	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados
	Nombre en Inglés	Econometrics: Data analysis and management in market research
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Investigación de mercados	
Asignatura	Nombre	Investigación de Mercados I
	Nombre en Inglés	Market research I
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Investigación de mercados II
	Nombre en Inglés	Market research II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Proyecto de investigación
	Nombre en Inglés	Research project
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Materia	Marketing digital	

Asignatura	Nombre	Fundamentos de marketing digital
	Nombre en Inglés	Fundamentals of Digital Marketing
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Estadística y ciencia de datos II
	Nombre en Inglés	Statistics and data science II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Asignatura	Nombre	Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales
	Nombre en Inglés	Data science and multivariate analysis in commercial strategies

	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	Organización y dirección de empresas	
Asignatura	Nombre	Innovación y gestión del cambio
	Nombre en Inglés	Innovation and change management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Dirección de Equipos y liderazgo
	Nombre en Inglés	Team management and leadership
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Planificación estratégica de marketing	
Asignatura	Nombre	Plan de marketing
	Nombre en Inglés	Marketing plan
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Sociología	
Asignatura	Nombre	Sociología del consumo
	Nombre en Inglés	Consumer sociology
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Sociología

Matería	Teoría Económica	
Asignatura	Nombre	Microeconomía II: mercados
	Nombre en Inglés	Microeconomics II: markets
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Variables de marketing	
Asignatura	Nombre	Producto y marca
	Nombre en Inglés	Product and brand
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Distribución comercial
	Nombre en Inglés	Commercial distribution
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
	Nombre	Comunicación comercial
Asignatura	Nombre en Inglés	Commercial communication
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
	Nombre	Dirección de ventas
	Nombre en Inglés	Sales management

	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Precios
	Nombre en Inglés	Prices
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Módulo	Optativas	
Matería	Contabilidad y finanzas	
Asignatura	Nombre	Análisis financiero para el marketing
	Nombre en Inglés	Financial analysis for marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	Economía aplicada	
Asignatura	Nombre	Entorno económico de la empresa
	Nombre en Inglés	Economic context for business
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Materia	Informática aplicada al marketing	
Asignatura	Nombre	Competencias digitales para el marketing
	Nombre en Inglés	Digital skills for marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Lenguajes y Sistemas Informáticos
Asignatura	Nombre	Análisis de datos con inteligencia artificial
	Nombre en Inglés	AI-powered data analysis
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Lenguajes y Sistemas Informáticos

Materia	Inglés	
Asignatura	Nombre	Inglés para marketing
	Nombre en Inglés	English for marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Inglesa

Matería	Interdisciplinar	
Asignatura	Nombre	Interdisciplinar
	Nombre en Inglés	Interdisciplinary
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Anual
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	

Matería	Marketing digital	
Asignatura	Nombre	Comunicación comercial online
	Nombre en Inglés	Online communication
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Asignatura	Nombre	Herramientas de investigación de mercados en internet
	Nombre en Inglés	Digital tools for market research
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Marketing para áreas específicas	
Asignatura	Nombre	Marketing sectorial
	Nombre en Inglés	Sector-specific marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Marketing internacional
	Nombre en Inglés	International marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Marketing sostenible y público
	Nombre en Inglés	Sustainable and public marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados
	Nombre en Inglés	Statistical Methods and data science in market research
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3

	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Materia	Organización y dirección de empresas	
Asignatura	Nombre	Dirección estratégica
	Nombre en Inglés	Strategic management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Diseño organizativo
	Nombre en Inglés	Organizational Design
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	

Asignatura	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
	Nombre	Emprendimiento y creación de empresas
	Nombre en Inglés	Entrepreneurship and startup development
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Planificación estratégica de marketing	
Asignatura	Nombre	Marketing estratégico
	Nombre en Inglés	Strategic marketing
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Aplicaciones prácticas de marketing
	Nombre en Inglés	Practical applications of marketing

	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	3
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Simulación comercial
	Nombre en Inglés	Commercial Simulation
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Prácticas en empresa	
Asignatura	Nombre	Prácticas en empresa I
	Nombre en Inglés	Internships
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso

	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología
Asignatura	Nombre	Prácticas en empresa II
	Nombre en Inglés	Internships
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología

Materia	Sociología	
Asignatura	Nombre	Técnicas sociológicas de negociación comercial

Nombre en Inglés	Sociological techniques for business negotiation
Tipología	Optativa
Ámbito (si FB)	
Curso	Cuarto curso
Semestre o Semestres	Segundo semestre
Mención Dual	No
ECTS	6
Idioma	Español
Modalidad	Presencial
Punto Control	
RA Específico	
Área de conocimiento vinculada	Sociología

Módulo	Trabajo Fin de Grado	
Matería	Trabajo fin de grado	
Asignatura	Nombre	Trabajo fin de grado
	Nombre en Inglés	Undergraduate dissertation
	Tipología	Trabajo fin de Grado
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Español
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12)

	vinculada	Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología
--	------------------	---

9. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LA TITULACIÓN

9.1 Distribución de Asignaturas

Curso 1					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Derecho privado patrimonial	FB	6	Estadística y ciencia de datos I	FB	6
Fundamentos de administración y dirección de empresas	FB	6	Finanzas aplicadas al marketing	FB	6
Historia económica y economía mundial	FB	6	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II	FB	6
Matemáticas para marketing e investigación de mercados I	FB	6	Microeconomía I: consumo y producción	FB	6
Principios de marketing	FB	6	Fundamentos de marketing digital	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 1					60

Curso 2					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Comportamiento del cliente	OB	6	Introducción a la macroeconomía	FB	6
Estadística y ciencia de datos II	OB	6	Contabilidad	OB	6
Innovación y gestión del cambio	OB	6	Distribución comercial	OB	6
Microeconomía II: mercados	OB	6	Economía española	OB	6
Producto y marca	OB	6	Investigación de Mercados I	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 2					60

Curso 3					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS

Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales	OB	6	Dirección de ventas	OB	6
Comunicación comercial	OB	6	Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados	OB	6
Investigación de mercados II	OB	6	Fiscalidad de la empresa	OB	6
Sistemas de información interna para el marketing	OB	6	Precios	OB	6
Sociología del consumo	OB	6	Proyecto de investigación	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 3					60

Curso 4					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Dirección de Equipos y liderazgo	OB	6	Plan de marketing	OB	6
Análisis financiero para el marketing	OP	6	Análisis de datos con inteligencia artificial	OP	6
Competencias digitales para el marketing	OP	6	Aplicaciones prácticas de marketing	OP	3
Comunicación comercial online	OP	6	Emprendimiento y creación de empresas	OP	6
Dirección estratégica	OP	6	Inglés para marketing	OP	6
Diseño organizativo	OP	6	Marketing internacional	OP	6
Entorno económico de la empresa	OP	3	Marketing sostenible y público	OP	6
Herramientas de investigación de mercados en internet	OP	6	Prácticas en empresa II	OP	6
Marketing estratégico	OP	6	Simulación comercial	OP	6
Marketing sectorial	OP	6	Técnicas sociológicas de negociación comercial	OP	6
Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados	OP	3	Trabajo fin de grado	TFG	6
Prácticas en empresa I	OP	6			
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Interdisciplinar				OP	6
Total ECTS Curso 4					135

9.2 Oferta Total de Asignaturas Optativas

Asignaturas	Curso	Semestre	ECTS
Interdisciplinar	Cuarto curso	Anual	6
Análisis financiero para el marketing	Cuarto curso	Primer semestre	6
Competencias digitales para el marketing	Cuarto curso	Primer semestre	6
Comunicación comercial online	Cuarto curso	Primer semestre	6
Dirección estratégica	Cuarto curso	Primer semestre	6
Diseño organizativo	Cuarto curso	Primer semestre	6
Entorno económico de la empresa	Cuarto curso	Primer semestre	3
Herramientas de investigación de mercados en internet	Cuarto curso	Primer semestre	6
Marketing estratégico	Cuarto curso	Primer semestre	6
Marketing sectorial	Cuarto curso	Primer semestre	6
Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados	Cuarto curso	Primer semestre	3
Prácticas en empresa I	Cuarto curso	Primer semestre	6
Análisis de datos con inteligencia artificial	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Aplicaciones prácticas de marketing	Cuarto curso	Segundo semestre	3
Emprendimiento y creación de empresas	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Inglés para marketing	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Marketing internacional	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Marketing sostenible y público	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Prácticas en empresa II	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Simulación comercial	Cuarto curso	Segundo semestre	6

Técnicas sociológicas de negociación comercial	Cuarto curso	Segundo semestre	6
--	--------------	------------------	---

9.3 Distribución de Asignaturas Optativas por Menciones o Mención Dual

Asignaturas con mención dual	ECTS
<i>No hay asignaturas optativas con mención dual</i>	

10. ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS

Asignaturas	Áreas de conocimiento vinculadas
Derecho privado patrimonial	(1) Derecho Civil; y (2) Derecho Mercantil
Fundamentos de administración y dirección de empresas	Organización de Empresas
Historia económica y economía mundial	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas
Matemáticas para marketing e investigación de mercados I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Principios de marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Estadística y ciencia de datos I	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Finanzas aplicadas al marketing	Economía Financiera y Contabilidad
Matemáticas para marketing e investigación de mercados II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Microeconomía I: consumo y producción	Fundamentos del Análisis Económico
Fundamentos de marketing digital	Comercialización e Investigación de Mercados
Comportamiento del cliente	Comercialización e Investigación de Mercados
Estadística y ciencia de datos II	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Innovación y gestión del cambio	Organización de Empresas
Microeconomía II: mercados	Fundamentos del Análisis Económico
Producto y marca	Comercialización e Investigación de Mercados
Introducción a la macroeconomía	Fundamentos del Análisis Económico
Contabilidad	Economía Financiera y Contabilidad
Distribución comercial	Comercialización e Investigación de Mercados
Economía española	Economía Aplicada
Investigación de Mercados I	Comercialización e Investigación de Mercados

Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Comunicación comercial	Comercialización e Investigación de Mercados
Investigación de mercados II	Comercialización e Investigación de Mercados
Sistemas de información interna para el marketing	Economía Financiera y Contabilidad
Sociología del consumo	Sociología
Dirección de ventas	Comercialización e Investigación de Mercados
Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados	Fundamentos del Análisis Económico
Fiscalidad de la empresa	Economía Aplicada
Precios	Comercialización e Investigación de Mercados
Proyecto de investigación	Comercialización e Investigación de Mercados
Interdisciplinar	Sin áreas de conocimiento vinculadas
Dirección de Equipos y liderazgo	Organización de Empresas
Análisis financiero para el marketing	Economía Financiera y Contabilidad
Competencias digitales para el marketing	Lenguajes y Sistemas Informáticos
Comunicación comercial online	Comercialización e Investigación de Mercados
Dirección estratégica	Organización de Empresas
Diseño organizativo	Organización de Empresas
Entorno económico de la empresa	Economía Aplicada
Herramientas de investigación de mercados en internet	Comercialización e Investigación de Mercados
Marketing estratégico	Comercialización e Investigación de Mercados
Marketing sectorial	Comercialización e Investigación de Mercados
Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados	(1) Economía Aplicada; y (2) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Prácticas en empresa I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología
Plan de marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Análisis de datos con inteligencia artificial	Lenguajes y Sistemas Informáticos

Aplicaciones prácticas de marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Emprendimiento y creación de empresas	Organización de Empresas
Inglés para marketing	Filología Inglesa
Marketing internacional	Comercialización e Investigación de Mercados
Marketing sostenible y público	Comercialización e Investigación de Mercados
Prácticas en empresa II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología
Simulación comercial	Comercialización e Investigación de Mercados
Técnicas sociológicas de negociación comercial	Sociología
Trabajo fin de grado	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Civil; (5) Derecho Mercantil; (6) Economía Aplicada; (7) Economía Financiera y Contabilidad; (8) Estadística e Investigación Operativa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Lenguajes y Sistemas Informáticos; (13) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (14) Organización de Empresas; y (15) Sociología

11. ASIGNATURAS PUNTO DE CONTROL DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Denominación competencia transversal	
Democracia y sostenibilidad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Derecho privado patrimonial	6
Investigación de Mercados I	6
Trabajo en equipo	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Historia económica y economía mundial	6
Proyecto de investigación	6
Pensamiento crítico	

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Matemáticas para marketing e investigación de mercados II	6
Microeconomía II: mercados	6

Inteligencia emocional

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Dirección de Equipos y liderazgo	6
Trabajo fin de grado	6

Innovación y creatividad

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Producto y marca	6
Sociología del consumo	6

Autoaprendizaje permanente

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Fundamentos de marketing digital	6
Contabilidad	6

12. TABLA DE ADAPTACIÓN DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS 1393/2007		PLAN DE ESTUDIOS 822/2021	
Asignaturas	ECTS	Asignaturas	ECTS
Prácticas en empresa (10 ECTS)	10.0	(1) Prácticas en empresa I (6 ECTS); y (2) Prácticas en empresa II (6 ECTS)	12.0
Sistemas de información y bases de datos (5 ECTS)	5.0	Análisis de datos con inteligencia artificial (6 ECTS)	6.0
Estados financieros (6 ECTS)	6.0	Análisis financiero para el marketing (6 ECTS)	6.0
Análisis de datos y técnicas multivariantes (6 ECTS)	6.0	Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales (6 ECTS)	6.0
Las TIC y su aplicación al marketing (5 ECTS)	5.0	Competencias digitales para el marketing (6 ECTS)	6.0
Comportamiento del cliente (6 ECTS)	6.0	Comportamiento del cliente (6 ECTS)	6.0

Decisiones sobre comunicación comercial (6 ECTS)	6.0	Comunicación comercial (6 ECTS)	6.0
Comunicación corporativa (5 ECTS)	5.0	Comunicación comercial (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera I (6 ECTS)	6.0	Contabilidad (6 ECTS)	6.0
Introducción al derecho (6 ECTS)	6.0	Derecho privado patrimonial (6 ECTS)	6.0
Dirección de equipos (6 ECTS)	6.0	Dirección de Equipos y liderazgo (6 ECTS)	6.0
Dirección de ventas (5 ECTS)	5.0	Dirección de ventas (6 ECTS)	6.0
Estrategias de crecimiento empresarial (5 ECTS)	5.0	Dirección estratégica (6 ECTS)	6.0
Organización y gestión interna (6 ECTS)	6.0	Diseño organizativo (6 ECTS)	6.0
Decisiones sobre distribución comercial (6 ECTS)	6.0	Distribución comercial (6 ECTS)	6.0
Econometría (6 ECTS)	6.0	Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados (6 ECTS)	6.0
Economía española (6 ECTS)	6.0	Economía española (6 ECTS)	6.0
Plan de internacionalización de la empresa (5 ECTS)	5.0	Emprendimiento y creación de empresas (6 ECTS)	6.0
Políticas de comercio internacional (5 ECTS)	5.0	Entorno económico de la empresa (3 ECTS)	3.0
Estadística I (6 ECTS)	6.0	Estadística y ciencia de datos I (6 ECTS)	6.0
Estadística II (6 ECTS)	6.0	Estadística y ciencia de datos II (6 ECTS)	6.0
Análisis y valoración de las operaciones financieras (6 ECTS)	6.0	Finanzas aplicadas al marketing (6 ECTS)	6.0
Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)	6.0	Fiscalidad de la empresa (6 ECTS)	6.0
Fundamentos de administración y dirección de empresas (6 ECTS)	6.0	Fundamentos de administración y dirección de empresas (6 ECTS)	6.0
e-Marketing (5 ECTS)	5.0	Fundamentos de marketing digital (6 ECTS)	6.0
Historia económica y economía mundial (6 ECTS)	6.0	Historia económica y economía mundial (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía I (6 ECTS)	6.0	Introducción a la macroeconomía (6 ECTS)	6.0
Macroeconomía II (6 ECTS)	6.0	Introducción a la macroeconomía (6 ECTS)	6.0
Introducción a la investigación de mercados (6 ECTS)	6.0	Investigación de Mercados I (6 ECTS)	6.0
Investigación de mercados I (6 ECTS)	6.0	Investigación de mercados II (6 ECTS)	6.0

Marketing estratégico (5 ECTS)	5.0	Marketing estratégico (6 ECTS)	6.0
Marketing internacional (5 ECTS)	5.0	Marketing internacional (6 ECTS)	6.0
Marketing de organizaciones de servicios (5 ECTS)	5.0	Marketing sectorial (6 ECTS)	6.0
Marketing y responsabilidad social corporativa (5 ECTS)	5.0	Marketing sostenible y público (6 ECTS)	6.0
Márketing público y no lucrativo (5 ECTS)	5.0	Marketing sostenible y público (6 ECTS)	6.0
Matemáticas I (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para marketing e investigación de mercados I (6 ECTS)	6.0
Matemáticas II (6 ECTS)	6.0	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II (6 ECTS)	6.0
Microeconomía I (6 ECTS)	6.0	Microeconomía I: consumo y producción (6 ECTS)	6.0
Microeconomía II (6 ECTS)	6.0	Microeconomía II: mercados (6 ECTS)	6.0
Métodos estadísticos en investigación de mercados (5 ECTS)	5.0	Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados (3 ECTS)	3.0
Plan de marketing (6 ECTS)	6.0	Plan de marketing (6 ECTS)	6.0
Decisiones sobre gestión comercial de precios (6 ECTS)	6.0	Precios (6 ECTS)	6.0
Introducción al márketing (6 ECTS)	6.0	Principios de marketing (6 ECTS)	6.0
Decisiones sobre producto y marca (6 ECTS)	6.0	Producto y marca (6 ECTS)	6.0
Investigación de mercados II (6 ECTS)	6.0	Proyecto de investigación (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa I (5 ECTS)	5.0	Prácticas en empresa I (6 ECTS)	6.0
Prácticas en empresa II (5 ECTS)	5.0	Prácticas en empresa II (6 ECTS)	6.0
Simulación comercial (5 ECTS)	5.0	Simulación comercial (6 ECTS)	6.0
Contabilidad financiera II (6 ECTS)	6.0	Sistemas de información interna para el marketing (6 ECTS)	6.0
Sociología del consumo (6 ECTS)	6.0	Sociología del consumo (6 ECTS)	6.0
Trabajo fin de Grado (6 ECTS)	6.0	Trabajo fin de grado (6 ECTS)	6.0
Técnicas sociológicas de negociación comercial (5 ECTS)	5.0	Técnicas sociológicas de negociación comercial (6 ECTS)	6.0

13. HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión: v1.0 (12/12/2024)

Fecha de aprobación en Comisión de Garantía de Calidad:

Fecha de aprobación en Junta de Facultad:

Fecha de aprobación en Comisión de Estudios de Grado:



1. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO

Grado International Business
International Business

2. ÁMBITO Y RAMA DE CONOCIMIENTO

Ámbito de conocimiento
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Rama de conocimiento
Ciencias Sociales y Jurídicas

3. CENTRO o CENTROS DE IMPARTICIÓN

Centro
Facultad de Economía y Empresa (Zaragoza)

4. DATOS DE LA TITULACIÓN

Modalidad	Presencial
Título habilitante	No
Mención dual	No
Título conjunto	No

5. ESTRUCTURA DEL PROYECTO FORMATIVO DE LA TITULACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de formación. Las asignaturas **optativas** refieren al número de créditos ofertados. Las **prácticas externas** refieren a las prácticas obligatorias.

Tipo de formación	Créditos ECTS	N. de asignaturas
Formación básica (FB)	60	10
Obligatorias (OB)	138	23
Optativas a cursar (OP)	96	16
Prácticas externas obligatorias (PE)	0	0
Trabajo fin de grado (TFG)	6	1
Total créditos ECTS	300	50

6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA TITULACIÓN**6.1 Conocimientos:**

CON-1. Interpretar el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales en España y fuera de España, en la Unión Europea y, especialmente, en países de nuestro entorno.

- - Identificar los conceptos jurídicos mercantiles esenciales para el desenvolvimiento en un mercado global (persona física y jurídica, representación, responsabilidad, patrimonio, empresa y empresario). - Distinguir los tipos de sociedades mercantiles y aprender su proceso de constitución y su régimen jurídico básico.
- - Conocer las estructuras organizativas básicas de las empresas (departamentos y roles), sus principales áreas funcionales: marketing, finanzas, recursos humanos, operaciones.
- - Comprender la filosofía del marketing y sus implicaciones en las distintas áreas funcionales de la organización. - Identificar, diferenciar y evaluar las principales estrategias de gestión de marketing y las nuevas tendencias en esta disciplina. - Identificar, analizar y evaluar las principales decisiones que toman las empresas respecto a los instrumentos del marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación.
- - Es capaz de explicar el significado y razón de ser de la empresa en el sistema económico global
- - Conocer y saber aplicar los fundamentos y técnicas de la contabilidad financiera a los distintos tipos de actividad y áreas funcionales de las organizaciones.
- - Describir la función financiera en la empresa y cómo ésta contribuye al éxito general de la misma. - Identificar las principales funciones del departamento financiero.
- - Reconocer las áreas funcionales de la empresa e identificar su papel en las organizaciones. - Comprender las interrelaciones entre las distintas áreas funcionales de una empresa en un entorno simulado.
- - Comprender el proceso de emprendimiento en las organizaciones de Economía Social y las características y motivaciones del emprendedor social.
- - Ofrecer una visión integrada y global de la gestión de proyectos.

CON-2. Reconocer el contexto político, económico y cultural en el que opera la organización, las oportunidades y amenazas que presenta, y sus implicaciones para la toma de decisiones.

- - Saber valorar la influencia de indicadores económicos globales y locales en la empresa, aplicar herramientas tanto de análisis para valorar su impacto en la misma como de gestión necesarias para operar en distintos entornos.
- - Conocer los principales hechos que explican la evolución de la economía mundial en el pasado y el presente. - Examinar los problemas económicos actuales desde una perspectiva histórica, con el fin de obtener una mejor comprensión de la posible evolución de los sistemas económicos
- - Es capaz de explicar el significado y razón de ser de la empresa en el sistema económico desde el enfoque de los costes de transacción.
- - Comprender los conceptos y teorías básicos que explican y analizan la internacionalización de las economías. - Conocer los principales rasgos de las relaciones económicas internacionales en los últimos años a escala mundial y por grandes áreas.
- - Comprender el impacto del entorno político-legal, económico, sociocultural y tecnológico en los resultados y decisiones de las empresas. - Identificar las oportunidades y amenazas que vienen del entorno competitivo y su influencia en la creación de valor por parte de las empresas.
- - Reflexionar sobre el dinamismo del entorno global y comprender su impacto sobre el proceso de creación de valor - Comprender la importancia de la innovación para hacer frente al dinamismo del entorno global
- - Entender las informaciones relevantes del contexto político, económico y cultural que emanan de documentos en francés, tanto escritos como orales.
- - Identificar el entorno interno y externo en que se mueven las distintas organizaciones en un contexto global, con el objetivo de tomar decisiones a través de los KPIs clave para generar oportunidades internas y externas a través de una Dirección estratégica de personas alineada con la estrategia de la organización, así como de desarrollo de cultura emprendedora
- - Identificar oportunidades y amenazas en el entorno político, económico y cultural, analizando su impacto en la toma de decisiones empresariales. - Desarrollar un análisis crítico sobre cómo el contexto regional y europeo influye en la estrategia de una start-up, considerando las variables externas y su relevancia.
- - Comprender el proceso de generación y difusión de innovaciones en el ámbito internacional.
- - Identificar los factores contextuales que influyen en la toma de decisiones de una empresa para la comercialización de sus productos en mercados internacionales.
- - Diseñar soluciones estratégicas que permitan a la empresa interpretar y adaptarse a los entornos culturales e institucionales donde opera.
- - Comprender las variables económicas, sus interrelaciones y sus implicaciones para las decisiones de política económica. Percibir sus efectos en los mercados financieros internacionales.

- - Conocer las principales dimensiones y agentes relevantes del contexto político, económico y cultural en que opera la organización - Comprender como influye el entorno social sobre la gestión de la organización

CON-3. Identificar las posibles estrategias competitivas, corporativas e internacionales, según el contexto y la situación político-económica global.

- - Conocer, a un primer nivel, los efectos en los estados financieros de algunas de las principales estrategias corporativas e internacionales.
- - Identificar el concepto de ventaja competitiva y manejar adecuadamente algunos indicadores que aproximan la creación de valor en la empresa, así como el papel que desempeña la estrategia en este proceso. - Conocer los distintos niveles de la estrategia, con especial atención a la estrategia competitiva y corporativa en un ámbito internacional
- - Reflexionar sobre la importancia de la innovación para la obtención y mantenimiento de ventajas competitivas en un contexto global - Conocer los movimientos de integración vertical y los principales movimientos de diversificación de las empresas internacionalizadas
- - Llevar a cabo el análisis económico-financiero de empresas reales en el entorno internacional desde la perspectiva de los diferentes agentes económicos interesados y el contexto político-económico.
- - Ser capaz de identificar estrategias competitivas seguidas por empresas multinacionales - Demostrar los conocimientos necesarios para recomendar estrategias de Marketing a las organizaciones adecuadas a su contexto
- - Identificar los principales riesgos financieros según el contexto y la situación político-económica de las empresas a nivel internacional.
- - Conocer el funcionamiento de las operaciones de una organización y su optimización, incluyendo la gestión de las relaciones entre las matrices de las empresas multinacionales y sus filiales
- - Identifica correctamente los principales impuestos que afectan a la actividad empresarial.
- - Comprender la relación entre la estrategia de innovación y la estrategia competitiva de la empresa, así como profundizar en el conocimiento y aplicación de estrategias emergentes frente a las analíticas.
- - Analizar las posibles estrategias competitivas y corporativas que puede establecer una empresa en un entorno de comercialización de productos a nivel internacional, teniendo en cuenta las características de los diversos mercados y sus recursos.
- - Conocer todos los elementos estratégicos para la gestión de proyectos. - Conocer técnicas para generar procesos de ideación.
- - Analizar y definir las decisiones de financiación y de inversión en mercados internacionales considerando las oportunidades y limitaciones del entorno global.

CON-4. Reconocer el funcionamiento de las operaciones de una organización y su optimización, incluyendo la casuística multinacional vinculada a la operativa, contabilización y control entre delegaciones.

- - Conocer las técnicas y los conceptos matemáticos de aplicación en los negocios internacionales.
- - Comprender las principales partes de un modelo de negocio - Conocer diferentes modelos de negocio exitosos en el contexto global
- - Conocer el funcionamiento de las operaciones de las organizaciones a analizar, para poder especificar correctamente los modelos econométricos.
- - Identificar las operaciones de una organización que permiten aplicar modelos y herramientas en la gestión integrada de riesgos financieros.
- - Aprender a gestionar eficazmente las decisiones operativas de la empresa, alineando los recursos y la demanda existentes en el mercado internacional, y considerando la complejidad de operar en diferentes países y culturas.
- - Analizar y describir la interrelación entre las áreas funcionales de una empresa en el contexto español y europeo.

CON-5. Identificar y aplicar los principios contables en España, en los países de la UE, y en terceros países para elaborar y analizar estados financieros que reflejen la situación económica de la empresa.

- - Entender la Contabilidad como sistema de información básico para la adopción de decisiones económicas, los usuarios de la información contable y los tipos de sistemas contables. - Entender los fundamentos, principios y conceptos básicos recogidos en el marco conceptual de la Contabilidad en España y su

comparación con otros marcos normativos internacionales, a un nivel básico. - Entender las fases del ciclo contable y, a un nivel básico, las normas de registro y valoración, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y acreedores y deudores de la actividad).

- Interpretar, valorar y representar contablemente, en el marco de la normativa contable española, los hechos económicos y financieros que surjan de la actividad económica de la empresa, especialmente los que afecten a activos no corrientes, fuentes de financiación y otros activos y pasivos distintos a los surgidos por operaciones de tráfico. - Conocer las principales diferencias y similitudes entre la normativa contable española y la de los principales marcos normativos internacionales de referencia, particularmente, las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). - Cuantificar el efecto económico de las operaciones empresariales en los resultados y en la situación financiera y patrimonial de la empresa.
- Identificar la estructura de presentación de los estados financieros y otra información financiero-contable y de sostenibilidad elaborada por las empresas, en España y países tanto de la Unión Europea, como de fuera de ella.
- Analizar los estados financieros de la empresa para calcular los principales indicadores financieros y su impacto en la evolución de su precio de mercado.
- Aplicar los principios contables a las administraciones públicas en España para la llevanza de la contabilidad, la elaboración y análisis de estados financieros y presupuestarios, asegurando que reflejen de manera precisa la situación económica y financiera de estas entidades.

CON-6. Distinguir cómo gestionar las finanzas de una empresa en los mercados financieros internacionales para tomar las mejores decisiones sobre inversión, estructura de financiación o gestión de riesgos.

- Aplicar los fundamentos y técnicas de valoración financiera necesarios para la toma de decisiones de inversión y financiación en una empresa a nivel internacional.
- Definir y aplicar los criterios que deben guiar la toma de decisiones de inversión y financiación para que la empresa genere valor. - Reconocer el marco institucional, el sistema financiero y su interacción con las empresas para tomar decisiones financieras desde una perspectiva global.
- Aplicar estrategias de gestión de los principales riesgos financieros de las empresas mediante diferentes instrumentos financieros y cuantificar resultados.
- Evaluar el impacto de los tipos de cambio y los riesgos asociados a la estructura financiera de empresas con actividad internacional y proponer medidas para solucionar los posibles impactos negativos en las decisiones financieras.

CON-7. Comunicación oral y escrita. Saber comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia, tanto en inglés como francés.

- Aprender a emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales. - Adquirir conocimientos sobre cómo realizar presentaciones orales en público que reflejen soluciones a problemas de marketing en contextos internacionales. - Aprender a argumentar correctamente soluciones a problemas de marketing.
- Saber comunicarse en inglés defendiendo propuestas relativas a la valoración y recomendación de estrategias de Marketing a través de presentaciones

CON-8. Analizar el comportamiento de los mercados internacionales y de los países del entorno, así como la interacción entre oferta y demanda para guiar la toma de decisiones.

- Entender cómo el comportamiento de los mercados internacionales puede afectar a las decisiones relacionadas con las variables del marketing mix. - Saber realizar análisis críticos sobre la evolución de los mercados y su afección a las decisiones relacionadas con las variables de marketing.
- Describir e identificar los cambios que se producen en el comportamiento de los agentes económicos y su interacción tanto en economía cerrada como abierta.
- Delimitar las principales interconexiones comerciales y financieras entre economías nacionales y comprender posibles consecuencias para sus agentes económicos. - Manejar e interpretar adecuadamente los informes de las principales instituciones económicas nacionales e internacionales.
- Plantear y obtener el equilibrio de mercado y el bienestar de los agentes económicos.
- Analizar los principales mercados internacionales de deuda pública de Letras del Tesoro, examinando su oferta y demanda para la toma de decisiones.
- Capacidad para entender el desarrollo y aplicación de las correspondientes políticas económicas y sus consecuencias en los mercados internacionales.

CON-9. Describir las variables macroeconómicas, sus interrelaciones y sus implicaciones en el funcionamiento de la economía global.

- - Utilizar con corrección los indicadores económicos y estadísticos. - Ofrecer una interpretación sobre las causas y consecuencias de la intervención del sector público en la economía y del funcionamiento de la política económica. - Examinar los problemas económicos actuales desde una perspectiva histórica, con el fin de obtener una mejor comprensión de la posible evolución de los sistemas económicos
- - Delimitar con cierta precisión las macromagnitudes económicas básicas. - Conocer y aprender a valorar la evolución y principales tendencias del entorno económico internacional y los problemas macroeconómicos más relevantes.
- - Analizar las principales macromagnitudes económicas para comprender su influencia en el entorno económico. - Identificar las interrelaciones entre las variables macroeconómicas a corto plazo, y cómo éstas afectan a las decisiones empresariales.
- - Identificar las principales variables macroeconómicas relativas a la economía doméstica y al sector exterior que afectan a la toma de decisiones de las empresas. - Evaluar cómo la inflación, el desempleo y las fluctuaciones en el mercado de divisas influyen en el entorno económico de las empresas. - Identificar los factores que impulsan el crecimiento económico a largo plazo y su importancia para el entorno en el que operan las organizaciones.
- - Profundizar en el conocimiento de los conceptos, métodos y herramientas para analizar la economía en términos agregados y globales.

CON-10. Entender las características y las funciones de las instituciones económicas en España, la UE y los países del entorno.

- - Conocer la estructura y el funcionamiento de las instituciones europeas (Parlamento, Consejo, Comisión, Tribunal de Justicia) y su importancia para la actividad económica
- - Explorar el desarrollo histórico de las instituciones económicas y reconocer la diversidad de experiencias económicas, junto con sus aciertos y errores
- - Conocer los principales rasgos del proceso de integración europeo. - Delimitar y comprender las consecuencias económicas de la inserción española en las instituciones europeas.
- - Analizar el papel de las autoridades monetarias, como el Banco Central Europeo, en la regulación del mercado de dinero. - Comprender cómo las autoridades fiscales afectan al equilibrio en el mercado de bienes y servicios. - Evaluar el impacto de las políticas monetarias y fiscales implementadas por las instituciones económicas competentes sobre las principales variables macroeconómicas.
- - Identificar el rol del Banco Central Europeo en la gestión de la inflación en la Eurozona y explicar cómo las autoridades fiscales condicionan la actividad económica tanto a corto como a medio plazo. - Describir cómo las autoridades responsables actúan los mercados de divisas, y cómo sus decisiones afectan a la toma de decisiones en un entorno internacional.

CON-11. Distinguir las herramientas matemáticas, estadísticas, econométricas y decisionales necesarias para conseguir una correcta formación para el análisis de datos y la toma de decisiones.

- - Conocer las técnicas y los conceptos matemáticos de aplicación en los negocios internacionales.
- - Conocer la modelización matemática, sus desarrollos y sus conclusiones para tomar decisiones motivadas de aplicación en los negocios internacionales.
- - Conocer el papel y la contribución de la Estadística y la Ciencia de Datos en la toma científica de las decisiones. - Definir conceptos básicos de probabilidad y aplicar los teoremas fundamentales para la resolución de problemas sencillos del Cálculo de Probabilidades y del Análisis Estadístico de las Decisiones.
- - Comprender y emplear la probabilidad como una medida de incertidumbre de los fenómenos económicos. - Emplear y planificar métodos de muestreo para extraer información de un fenómeno económico.
- - Seleccionar las herramientas matemáticas, estadísticas y econométricas necesarias para el uso óptimo de los instrumentos para el análisis de datos.
- - Comprender qué es la investigación de mercados y sus diferentes fases. - Conocer las técnicas de investigación de mercados más adecuadas para analizar y buscar información frente a diferentes situaciones internacionales. - Desarrollar en equipo actividades y trabajos relacionados con la investigación de mercados y planificar los mismo para la mejor consecución de los objetivos fijados. - Ser capaz de comunicar, de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades realizadas.
- - Conocer las diferentes aproximaciones científicas seguidas a lo largo de la historia para abordar la resolución científica de los problemas económico-empresariales.

CON-12. Recordar y aplicar el régimen jurídico español, de la UE y de otros países del entorno que afectan a la empresa e instituciones, y el impacto que tiene la regulación en el desarrollo de su actividad, a partir de una visión general de las normas fiscales existentes en los distintos mercados y espacios geográficos.

- - Conocer los tipos de normas que se elaboran en la UE (Reglamentos, Directivas y Decisiones) y su impacto en el funcionamiento del mercado prestando singular atención a las operaciones transfronterizas. - Conocer la normativa que regula las distintas operaciones societarias.
- - Conocer el marco normativo general que regula la contabilidad financiera de las empresas en España y los principales marcos normativos internacionales a un nivel básico.
- - Conocer el marco normativo que regula la contabilidad financiera e información de sostenibilidad de las empresas en España y los principales marcos normativos internacionales de referencia. - Conocer las implicaciones básicas de los cambios regulatorios en la información corporativa y principales magnitudes contables.
- - Utilizar la normativa contable en la elaboración de la información financiera y no financiera obligatoria para su uso por usuarios externos según las normas aplicables en España y otros países.
- - Conoce los elementos tributarios de los principales impuestos que afectan a la empresa y comprende su incidencia en la actividad económica de las personas físicas y jurídicas.
- - Aplicar la normativa contable española a las administraciones públicas, acorde con la normativa internacional de las International Public Sector Accounting Standards del IPSASB. - Aplicar los principios presupuestarios a las administraciones públicas españolas, de acuerdo con la normativa ad hoc.

CON-13. Identificar los organismos internacionales que regulan la normativa contable y fiscal que deben aplicar las empresas europeas que cotizan en mercados financieros, así como las consecuencias del proceso de armonización contable internacional a nivel mundial.

- - Conocer y diferenciar la labor de los principales organismos internacionales que regulan la normativa contable que deben seguir las empresas europeas cotizadas. - Comprender las principales consecuencias del proceso de armonización contable internacional.
- - Identificar diferencias en la información financiera y no financiera presentada por las empresas según el país y la normativa aplicable
- - Distinguir las normas, principios y legislaciones que deben aplicarse en la elaboración y análisis de la información corporativa, tanto en empresas cotizadas como en empresas sujetas a proceso de armonización contable. - Reconocer y saber aplicar las principales técnicas de valoración de empresas cotizadas y no cotizadas en el mercado bursátil
- - Conoce la normativa europea aplicable en España en materia de IVA e Impuesto sobre Sociedades (IS), identificando su impacto en la gestión empresarial.

CON-14. Saber interpretar la información corporativa elaborada en distintos países, así como los ajustes para obtener la información (NIIF), y los aspectos más complejos de presentación de información financiera y no financiera que afectan a grandes empresas multinacionales.

- - Determinar la utilidad de cada uno de los componentes de la información corporativa y los aspectos que hay que tener en cuenta para lograr la comparabilidad de la misma entre países
- - Aplicar los instrumentos y técnicas de análisis de estados financieros más comúnmente utilizados, a partir de las distintas formas de presentación de información financiera y no-financiera en distintos entornos internacionales.
- - Conocer y saber interpretar los distintos informes de contabilidad interna elaborados sobre la base de normas internacionales para fines de gestión en función de distintos destinatarios y área funcionales de las empresas.

CON-15. Distinguir la implantación de sistemas de outsourcing internacional de las actividades de producción, así como las estrategias de abastecimiento global y aprovisionamiento.

- - Conocer y saber aplicar los fundamentos y técnicas de la contabilidad de gestión para las distintas tipologías de actividad y áreas funcionales de las organizaciones. - Comprender, aplicar y analizar distintos sistemas de costes y de control de gestión según los principales objetivos de la gestión de las entidades en los Países del entorno.
- - Conocer y saber coordinar los distintos elementos de la cadena de valor global, desde el aprovisionamiento hasta la entrega.

CON-16. Distinguir las tendencias modernas en cuanto a multiculturalidad y gobernanza según los modelos de diferenciación culturales y de las distintas dimensiones culturales que afectan a los negocios.

- - Identificar los elementos de información corporativa incorporados bajo el nuevo paradigma de sostenibilidad
- - Comprender la relevancia de las diferencias entre países para los negocios internacionales - Reflexionar sobre cómo esas diferencias inciden en las decisiones de expansión internacional de las empresas
- - Interpretar y comprender la información contenida en los estados financieros, desde una perspectiva de gobernanza y entornos multiculturales, al objeto de evaluar la situación económico-financiera de la empresa.
- - Comprender los conceptos fundamentales de la economía social e identificar las características y principios de las entidades de economía social (cooperativas, empresas sociales, asociaciones, fundaciones, entre otras).
- - Conocer la literatura existente en francés, relativa a las tendencias modernas de los factores multiculturales que afectan a los modelos de negocio.
- - Identificar las diferentes dimensiones de la cultura y su impacto en la gobernanza y gestión de las empresas internacionales. - Comprender las diferentes formas de hacer negocios entre países y cómo las empresas internacionales pueden aprovechar las diferencias culturales como una ventaja competitiva.
- - Adquirir el lenguaje específico de la práctica profesional para comunicarse efectivamente en entornos multiculturales. - Utilizar las estrategias de organización y síntesis del discurso formal y profesional en inglés oral y escrito.
- - Conocer herramientas para la gestión de equipos interculturales

CON-17. Interpretar el funcionamiento de los mercados de capitales y las principales operaciones bursátiles.

- - Analizar las características y funcionamiento de los principales instrumentos financieros negociados en los mercados de capitales.

6.2 Habilidades:

HAB-1. Capacidad para dirigir, gestionar y administrar empresas y organizaciones de ámbito nacional e internacional.

- - Aplicar principios de la dirección empresarial (planificación, organización, liderazgo y control) en mercados locales e internacionales.
- - Aplicar el método de la partida doble y las técnicas de registro en libros diarios y mayores. - Aplicar las normas de registro y valoración a transacciones y otros hechos económicos que afectan a la situación económico financiera de las organizaciones, a un nivel básico, especialmente las relativas a las operaciones de tráfico (compras, ventas, existencias y los acreedores y deudores de la actividad).
- - Es capaz de definir el concepto de transacción económica y siendo capaz de identificar diferentes tipos de transacción en función de su complejidad organizativa.
- - Aplicar el método de la partida doble y las técnicas de registro en libros diarios y mayores. - Aplicar, a un nivel intermedio, las normas de registro y valoración a transacciones y otros hechos económicos que afectan a la situación económico-financiera de las organizaciones. - Aplicar el razonamiento lógico y los principios contables en la identificación y resolución de problemas económico-financieros, asegurando la precisión, coherencia y conformidad con la normativa contable vigente.
- - Ser capaz de proponer líneas estratégicas de acción a empresas y organizaciones de ámbito nacional e internacional
- - Formular información financiera y no financiera de acuerdo con el ámbito de desarrollo de la actividad de una empresa
- - Debatir en clase, en base a casos reales de empresas, la adecuación de ciertas acciones estratégicas frente a otras en el contexto analizado.
- - Elaboración y análisis de informes internos para fines de gestión y control en función de distintos destinatarios y área funcionales de las empresas. - Cálculo y análisis de los costes según los principales objetivos de la gestión de las organizaciones en ámbito nacional e internacional. - Definición y análisis de sistemas de medición interna para el control de gestión en grandes empresas y multinacionales en aplicación de estándares.
- - Dirigir, gestionar y administrar el departamento de operaciones de una empresa internacional en consonancia con el resto de departamentos y dirección de la empresa matriz, así como coordinar la relación de los departamentos de operaciones de la matriz y sus filiales.
- - Evaluar cómo el Business Model Canvas se utiliza para establecer un posicionamiento estratégico efectivo en un nuevo emprendimiento.

- - Diagnosticar y argumentar los principales aspectos directamente vinculados con la gestión de la innovación. - Dirigir la actividad innovadora de una empresa u organización de ámbito nacional e internacional.
- - Tomar las decisiones empresariales más adecuadas para la comercialización de productos en mercados internacionales en condiciones competitivas y con tiempo limitado.
- - Diseñar planes estratégicos para entidades de economía social, tomando en cuenta sus particularidades y las necesidades y expectativas de sus miembros y otras partes interesadas.
- - Integrar un flujo continuo de decisiones y resultados a nivel de funciones, negocios y programas.

HAB-2. Capacidad para el desempeño de las labores de gestión de la empresa en sus distintas áreas funcionales y operativas, en España y en el exterior.

- - Aplicar técnicas de gestión en diferentes áreas de la empresa, para la ayuda a la toma de decisiones, junto con herramientas de evaluación del desempeño, en entornos nacionales e internacionales.
- - Capacidad para la gestión del área funcional de marketing, diferenciando entre decisiones de tipo estratégico y operativo. - Capacidad para desarrollar, implementar y controlar decisiones relacionadas con el marketing mix, tanto en España como en el exterior.
- - Desempeñar labores de gestión para la comercialización de los productos de la empresa. - Analizar cómo influyen las decisiones para la comercialización de productos en las distintas áreas funcionales y operativas de la empresa.

HAB-3. Capacidad para intermediar entre organizaciones de distinto entorno geográfico y/o cultural.

- - Conocer las instituciones que se ocupan de la unificación y armonización del régimen jurídico de los contratos más habituales en el comercio internacional (UNIDROIT; Cámara de Comercio Internacional entre otras).
- - Capacidad para comprender e interpretar de forma crítica textos en francés provenientes de diversos ámbitos geográficos y culturales. - Capacidad para mediar entre organizaciones utilizando estrategias de comunicación oral y escrita en francés.
- - Diseñar decisiones para la toma de decisiones de la empresa a partir de los distintos puntos de vista, entorno y objetivos de los agentes económicos que son usuarios de la información financiera de la misma.
- - Definir e integrar los conceptos básicos en torno a la internacionalización y gestión multicultural de la empresa.
- - Entender la lógica económica en la implementación de las decisiones de política económica y sus consecuencias en distintos entornos
- - Interpretar de forma crítica e intermediar textos relativos al ámbito empresarial en contextos multiculturales en forma oral y escrita. - Desarrollar competencias de trabajo en equipo (ej. liderazgo, manejo del tiempo, negociación, mediación).
- - Capacidad para interactuar con personas de distinto origen geográfico y/o cultural

HAB-4. Capacidad para valorar la situación y la evolución previsible de empresas, organizaciones y contextos, tomar decisiones y extraer el conocimiento relevante.

- - Aprender a buscar, analizar y sintetizar las fuentes de información y los datos jurídicos (Boletines Oficiales, jurisprudencia, resoluciones de diferentes instituciones públicas)
- - Capacidad para la resolución de problemas, de análisis y síntesis y para tomar decisiones en el área de marketing. - Capacidad para la toma de decisiones conjunta que permita resolver problemas y tomar decisiones en el área de marketing.
- - Identificar cómo cambia la solución de los problemas de decisión de los agentes económicos cuando se producen cambios en el entorno.
- - Es capaz de explicar la diferencia entre un problema de decisión individual y un problema de organización.
- - Realizar un diagnóstico de la realidad interna de la empresa, detectando tanto sus puntos débiles como los fuertes, e identificar aquellos recursos y capacidades susceptibles de ser fuente de una ventaja competitiva sostenible.
- - Describir y predecir los cambios sobre el equilibrio y el bienestar de los agentes que puede producir la apertura exterior y la intervención gubernamental.
- - Analizar la relación entre dos variables estadísticas distinguiendo por el tipo de variable (cualitativa /cuantitativa) e identificar patrones de comportamiento cuantitativos y cualitativos.

- - Analizar la información financiera y no financiera de manera que permita realizar una evaluación de la situación económico-financiera de la entidad
- - Analizar diferentes escenarios a los que se han enfrentado empresas globales reales y comprender los resultados de las decisiones tomadas.
- - Valorar con técnicas econométricas la situación y predecir la evolución de las empresas y organizaciones.
- - Determinar los flujos de caja esperados de las inversiones para poder valorarlas. - Seleccionar y aplicar técnicas y herramientas de análisis financiero para valorar inversiones con el objetivo de tomar decisiones que contribuyan a generar valor sostenible. - Identificar, evaluar y comparar diversas fuentes de financiación disponibles a fin de seleccionar la opción más adecuada para una empresa considerando factores como el coste, el riesgo y sus necesidades de crecimiento.
- - Utilizar los resultados del análisis de los estados financieros, así como de otra información de naturaleza financiera y no financiera, para diseñar posibles actuaciones empresariales y/o anticipar la salud económica o financiera de la empresa.
- - Capacidad para identificar las necesidades de información para la toma de decisiones en la dirección de Marketing. - Capacidad para valorar la situación de organizaciones, tanto a nivel corporativo global como de su cartera de clientes. - Capacidad para tomar decisiones sobre las estrategias de Marketing más adecuadas para la organización a partir de la situación y evolución del contexto en el que opera
- - Analizar situaciones de exposición al riesgo de tipo de interés en las empresas para la toma de decisiones en la gestión del riesgo de tipo de interés.
- - Comprender y aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de problemas económicos, empresariales y organizacionales.
- - Valorar la situación y la evolución previsible de la empresa, su estrategia y el entorno internacional, y tenerlo en cuenta para extraer el conocimiento relevante y tomar decisiones informadas sobre sus operaciones presentes y futuras.
- - Valorar con técnicas estadísticas y econométricas la situación y predecir la evolución de las empresas y organizaciones.
- - Aplicar métodos de valoración a empresas cotizadas para identificar oportunidades de inversión.
- - Diagnosticar y evaluar los objetivos, las barreras y los resultados de la innovación. - Profundizar en el papel de las emociones, rasgos de personalidad, y parámetros -individuales y grupales- que determinan el éxito o fracaso en la actividad innovadora.
- - Identificar y evaluar la situación de la empresa a partir de la información disponible sobre la empresa y el entorno. - Utilizar herramientas de análisis de la empresa y del mercado para facilitar la toma de decisiones para la comercialización de los productos en mercados internacionales. - Conocer las consecuencias de las decisiones tomadas para la comercialización de productos en mercados internacionales y valorar los resultados obtenidos en un entorno dinámico. - Elaborar informes que analicen la información disponible y ayuden a la toma de decisiones.
- - Identificar y utilizar datos e información contable y presupuestaria clave para generar conocimiento útil, facilitando la formulación de políticas públicas eficaces.
- - Planificar las estrategias que permitan resolver problemas internos y aprovechar oportunidades del entorno. - Realizar seguimiento y medición del desempeño del proyecto.
- - Capacidad para identificar tendencias sociales en el entorno social y el modo en que pueden influir sobre la gestión de las organizaciones.

HAB-5. Capacidad para emitir informes de asesoramiento en inglés sobre situaciones concretas de internacionalización, expansión, mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales.

- - Adquirir competencias lingüísticas en inglés que permitan identificar las instituciones jurídicas más habituales en el comercio internacional.
- - Elaborar informes de negocios en inglés sobre las empresas y sus áreas funcionales en un contexto internacional.
- - Capacidad para trabajar en equipo en la elaboración de informes en inglés en el área de marketing y en el contexto internacional. - Capacidad de comunicar con rigor, de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades y trabajos realizados. - Capacidad para comunicarse por escrito y oralmente, poniendo énfasis en la argumentación de propuestas sobre decisiones de marketing en el contexto internacional.

- Ser capaz de desarrollar los métodos matemáticos de los negocios internacionales en lengua inglesa, en todo su ámbito, es decir desde el problema a la solución pasando por la modelización y las técnicas de solución.
- Formular los estados financieros a nivel básico, especialmente, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Argumentar los fundamentos microeconómicos que justifican la elección de los agentes.
- Registrar y estructurar la información económico-financiera necesaria para elaborar, a nivel básico, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, conforme a las normas contables vigentes.
- Realizar una valoración del potencial de beneficios que ofrece un determinado sector industrial dependiendo del ámbito geográfico analizado.
- Presentar recomendaciones en inglés basadas en el análisis del entorno macroeconómico útiles para la toma de decisiones estratégicas. - Redactar análisis en inglés sobre las implicaciones de las políticas fiscales y monetarias y sus efectos sobre las estrategias empresariales.
- Argumentar cómo cambia el equilibrio y el bienestar de los agentes económicos cuando cambia su comportamiento.
- Realizar informes de asesoramiento en inglés sobre situaciones concretas de inversión y financiación a nivel internacional en el corto y en el largo plazo.
- Presentar recomendaciones en inglés basadas en el análisis del entorno macroeconómico internacional útiles para la toma de decisiones estratégicas. - Redactar análisis en inglés sobre las implicaciones de las políticas fiscales, monetarias y cambiarias, y sus efectos sobre las estrategias empresariales.
- Emitir informes en inglés sobre la solución a cada problema de forma clara, describiendo las técnicas utilizadas, y el procedimiento utilizado para alcanzar el resultado.
- Elaborar e interpretar informes de valoración de inversiones.
- Capacidad para emitir informes y recomendaciones en el ámbito contable, de alcance internacional, sobre la situación derivada del análisis de la información corporativa, el contexto de la empresa y la realidad del sector.
- Capacidad para emitir informes de asesoramiento en inglés sobre empresas y organizaciones multinacionales, relativas a las estrategias de Marketing
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas en mercados internacionales.
- Aplicar la metodología Lean Start-up para desarrollar y validar ideas de negocio, entendiendo su funcionamiento y dinámica.
- Desarrollar y aplicar diferentes medidas para las actividades de innovación en empresas nacionales e internacionales. - Identificar y desarrollar las actividades básicas en la gestión de la innovación en empresas nacionales e internacionales. - Identificar, desarrollar y aplicar diversas herramientas para la gestión de la innovación en empresas nacionales e internacionales.
- Capacidad para identificar las necesidades y plasmar los argumentos para emitir informes de asesoramiento en francés sobre situaciones concretas de internacionalización, expansión, mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales.
- Elaboración de informes económicos en base al análisis de los determinantes económicos relevantes, así como de sus interrelaciones.

HAB-6. Capacidad para aportar y aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de los problemas económicos, empresariales y organizacionales.

- Conocer la normativa aplicable a las principales cuestiones jurídicas estudiadas y saber aplicarla de forma crítica y reflexiva para solucionar los problemas jurídicos a los que se puede enfrentar un empresario más habitualmente.
- Ser capaz de tener rigor en los planteamientos, desarrollos y conclusiones matemáticas de aplicación en los asuntos de negocios internacionales.
- Empleo correcto del lenguaje económico para describir los fenómenos microeconómicos y comprender el método de trabajo del análisis económico. - Plantear y resolver los modelos de optimización tanto de consumidores como de productores.
- Sabe definir el concepto de transacción económica y es capaz de identificar diferentes tipos de transacción en función de su complejidad organizativa.
- Realizar recomendaciones a empresas y organizaciones que contribuyan a la creación de valor.

- - Desarrollar análisis basados en modelos económicos para formular estrategias empresariales alineadas con el entorno macroeconómico. - Proponer recomendaciones referentes a la planificación empresarial ante diversos escenarios basándose en el impacto de las políticas fiscales y monetarias que se desprende de los modelos macroeconómicos.
- - Describir y explicar la estructura del mercado de acuerdo a los diferentes tipos de competencia.
- - Aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de problemas de valoración financiera en una empresa a través de diferentes herramientas de valoración financiera.
- - Resolver problemas relacionados con desequilibrios macroeconómicos utilizando el modelo dinámico de oferta y demanda agregadas. - Evaluar los factores que afectan al crecimiento económico a largo plazo basándose en el modelo de Solow. - Diseñar estrategias empresariales considerando el impacto de los cambios en el mercado de divisas mediante el análisis del modelo Mundell-Fleming
- - Aplicar herramientas estratégicas para analizar casos reales de empresas globales
- - Obtener, con apoyo de las TIC, los resultados estadísticos necesarios para estimar o contrastar afirmaciones sobre los datos analizados, midiendo las garantías de las decisiones adoptadas.
- - Aplicar criterios profesionales y de rigor científico en la especificación, estimación, chequeo y uso de los modelos econométricos para la solución de problemas económicos, empresariales y organizacionales
- - Aplicar diferentes instrumentos financieros con criterio profesional y rigor científico para resolver los problemas a los que se enfrentan las empresas ante la exposición al riesgo de tipo de interés y calcular los resultados. - Analizar con criterios profesionales y rigor científico el efecto del riesgo de crédito sobre el valor de una operación.
- - Aplicar criterios profesionales y de rigor científico a la resolución de los problemas que se presenten en el área de operaciones de una organización internacional.
- - Comprender y aplicar criterios profesionales a la resolución de los problemas derivados de la gestión de personas en el ámbito local y nacional.
- - Diseñar un plan de negocio que integre los elementos necesarios y que responda a las características del entorno estudiado, proporcionando así viabilidad y sostenibilidad al proyecto.
- - Manejar herramientas decisionales tradicionales con una orientación cognitiva acorde con la visión holística de la realidad.
- - Desarrollar habilidades para la toma de decisiones éticas en entidades de economía social, considerando los valores y principios que rigen este tipo de organizaciones.

HAB-7. Capacidad para participar en proyectos internacionales, multidisciplinares y multiculturales dentro de las empresas u organizaciones.

- - Identificar las consecuencias jurídicas y evaluar la responsabilidad jurídica de los empresarios individuales y sociales en su actuación en los mercados internacionales. - Relacionar las consecuencias jurídicas de la actuación empresarial con consideraciones de otra índole (geopolítica, económica, estratégica, social, medioambiental, etc.)
- - Identifica y es capaz de explicar los problemas organizativos básicos de coordinación y motivación que surgen en el seno de las organizaciones con presencia internacional y es capaz de proponer diferentes mecanismos para la resolución de estos
- - Integrar los conocimientos adquiridos posibilitando el adecuado asesoramiento a instituciones y empresas que precisen del análisis de las relaciones económicas internacionales.
- - Conocer y aplicar las técnicas estadísticas inferenciales con el objeto de tomar decisiones con rigor científico.
- - Capacidad para comunicarse en francés con los distintos socios internacionales de diversos ámbitos y disciplinas que componen las organizaciones o empresas. - Capacidad para transmitir en lengua francesa datos relativos a proyectos internacionales, multidisciplinares y multiculturales, utilizando técnicas específicas de comunicación oral y escrita
- - Capacidad para coordinar las decisiones para la comercialización de productos con las decisiones de otras áreas funcionales de la empresa.
- - Gestionar los equipos de personas de las entidades de economía social, fomentando la participación y el compromiso de los miembros y otros trabajadores.
- - Capacidad para participar en proyectos internacionales, multidisciplinares y multiculturales dentro de las empresas u organizaciones, empleando la lengua francesa escrita u oral, y adaptándose tanto a los interlocutores como a las convenciones empresariales requeridas.

- - Formular políticas estratégicas adecuadas para la dirección internacional de personas y el liderazgo de equipos multiculturales.
- - Aprender a dar retroalimentación a compañeros de manera constructiva. - Realizar trabajos colaborativos asumiendo distintos roles y con herramientas colaborativas
- - Gestionar proyectos de modo eficiente, entender su ciclo de vida, alcance, recursos y costes.

HAB-8. Manejar las fuentes de datos y realizar un análisis de la información través de las tecnologías de la información, aplicando las técnicas, métodos e instrumentos que sean necesarios para aportar soluciones a los problemas de la realidad empresarial.

- - Análisis del comportamiento de los agentes en diferentes contextos a con datos oficiales y haciendo uso de softwares como Excel.
- - Utilizar con corrección los principales indicadores económicos y estadísticos. - Buscar en bases de datos internacionales fiables y manejar la información a través del uso de Excel.
- - Conocer las principales bases de datos macroeconómicas para analizar las condiciones en las que opera la organización. - Desarrollar conclusiones basadas en datos económicos rigurosos para formular estrategias empresariales alineadas con el entorno macroeconómico.
- - Identificar el tipo de competencia en el que opera la empresa y comprender el cálculo del equilibrio de mercado en cada caso.
- - Que un graduado en IB maneje diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.
- - Definir, caracterizar y calcular las medidas estadísticas descriptivas básicas para sintetizar la posición, la dispersión y la forma de la distribución de frecuencias de un conjunto de datos univariantes. - Ser capaz de manejar los números índices más utilizados en Economía e interpretar los resultados obtenidos.
- - Conocer las principales bases de datos macroeconómicas, tanto de índole nacional como internacional, para analizar las condiciones en las que opera la organización. - Desarrollar conclusiones basadas en datos económicos rigurosos para formular estrategias empresariales alineadas con el entorno macroeconómico internacional.
- - Manejo de las datos y uso de las herramientas informáticas precisas para la aplicación de las técnicas econométricas a los modelos que se planteen en el ámbito empresarial.
- - Reconocer y utilizar fuentes de datos fiables y útiles para el análisis financiero. - Utilizar las hojas de cálculo como herramienta para aplicar distintos métodos y técnicas de análisis financiero.
- - Búsqueda, selección y análisis de la información económico-financiera interna necesaria para la gestión y su tratamiento a través de herramientas y tecnologías de la información.
- - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de diversas fuentes. - Capacidad de análisis y síntesis.
- - Maneja e interpreta adecuadamente la legislación fiscal.
- - Manejo y análisis de los datos y uso de las herramientas informáticas precisas para la aplicación de las técnicas econométricas a los modelos en el ámbito de la empresa.
- - Utilizar tecnologías de la información para analizar e interpretar los datos disponibles en el simulador y guiar la toma de decisiones para la comercialización de los productos en mercados internacionales.
- - Asegurar la integridad, confiabilidad y actualización de los datos contables utilizados en la toma de decisiones y la rendición de cuentas. - Interpretar los resultados del análisis para diseñar soluciones efectivas que mejoren la transparencia, el control y la eficiencia en la gestión contable de las administraciones públicas.
- - Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar el desempeño profesional de los estudiantes. Los alumnos aprenderán a sacar partido del análisis de la información económica en tiempo real y trabajarán sobre casos prácticos utilizando software estadístico aplicado.
- - Ofrecer una versión aplicada de la toma de decisiones a través de la realización de un ejercicio de simulación.
- - Utilizar bases de datos internacionales para recopilar y analizar información relevante en la toma de decisiones financieras.
- - Adquirir destreza en la búsqueda online de información relevante para problemas sociales en las empresas
- Utilizar herramientas de análisis de información cuantitativa y cualitativa sobre problemas sociales en las empresas

HAB-9. Saber incorporar las circunstancias del entorno nacional e internacional en sus ámbitos económico, jurídico e institucional en el que desarrollan su actividad las entidades empresariales en la toma de decisiones.

- - Incorporar en la toma de decisiones empresariales el conocimiento del entorno global en que se desarrolla la contratación internacional.
- - Conocer circunstancias de los mercados y aplicar medidas de adaptación a nuevos entornos
- - Ser capaz de comparar la evolución económica y los retos a los que se enfrentan las distintas regiones económicas del mundo. - Tener la capacidad de expresar una opinión fundamentada sobre los principales temas abordados basada en la recopilación e interpretación de datos relevantes de naturaleza económica y social
- - Adaptar los conocimientos adquiridos a nuevas situaciones, nuevos escenarios y, en definitiva, a la coyuntura económica que presente la economía mundial en diferentes momentos del tiempo
- - Identificar y aplicar las normas nacionales e internacionales que afectan a la elaboración de información corporativa, particularmente en lo referido al registro y valoración de transacciones y otros hechos económicos.
- - Realizar un diagnóstico de la realidad externa de la empresa, detectando tanto oportunidades como amenazas e identificar su impacto en la toma de decisiones y resultados de las empresas.
- - Evaluar cómo las políticas fiscales y monetarias afectan el entorno empresarial y su estrategia operativa a corto plazo. - Incorporar el análisis de las condiciones macroeconómicas nacionales en la toma de decisiones empresariales.
- - Incorporar el análisis de la inflación y del mercado de trabajo en la toma de decisiones estratégicas empresariales en un contexto de economía cerrada. - Evaluar cómo las condiciones macroeconómicas internacionales afectan a las operaciones de empresas en los diferentes horizontes temporales. - Integrar el análisis de las políticas económicas en la planificación empresarial en un entorno internacional.
- - Analizar los diferentes mercados en los que operan las empresas globales para evaluar los resultados de sus acciones estratégicas
- - Capacidad para evaluar las particularidades del contexto y su impacto en la información de la empresa, detectando potenciales prácticas manipuladoras y/o de contabilidad creativa.
- - Explicar las circunstancias del entorno nacional e internacional que originan el riesgo de tipo de cambio en el ámbito económico de las empresas para tomar decisiones a nivel introductorio sobre la gestión del riesgo de tipo de cambio.
- - Conoce y comprende los mecanismos para eliminar la doble imposición internacional.
- - Evaluar el impacto de factores económicos (ciclos económicos, políticas monetarias, tipos de interés) en la toma de decisiones de inversión.
- - Reflexionar de manera crítica sobre los dilemas éticos y de sostenibilidad que enfrentan las empresas internacionales.
- - Contextualizar las características económicas e institucionales con el objetivo de facilitar la toma de decisiones.
- - Manejar fuentes de información relevantes sobre problemas sociales en las empresas

HAB-10. Capacidad para planificar, gestionar y resolver conflictos con personal desplazado o expatriado, personal en filiales, o agentes operando en el extranjero.

- - Es capaz de distinguir los elementos clave que los agentes económicos consideran en sus procesos de toma de decisiones.
- - Incorporar al análisis de problemas sociales en la empresa la situación específica del personal desplazado o expatriado.

HAB-11. Capacidad para diseñar procesos de reclutamiento, selección, formación y remuneración de directivos y personal para asignaciones internacionales.

- - Enfocar las políticas y procesos de Recursos Humanos hacia la Dirección Estratégica de Personas, implicando una revisión de procesos y diseño de experiencias de empleado alineados con la estrategia de negocio y las personas en un entorno internacional con apoyo en herramientas de People Analytics.
- - Capacidad para incorporar la dimensión internacional a los procesos de gestión y dirección de personas en las organizaciones.

HAB-12. Capacidad para gestionar las relaciones laborales en el ámbito internacional, a partir del conocimiento de las diferencias entre los mercados y normativas laborales de los distintos países.

- - Trabajar los conceptos básicos de Comportamiento Organizacional (OBM). Facilitar iniciativas de cambio, mejorar y desarrollar procesos y sistemas, integración cultural, retener y desarrollar al personal, y apoyar el negocio en su crecimiento.
- - Capacidad para analizar documentación escrita en francés relativa a la normativa laboral - Capacidad para identificar gestionar en contextos francófonos, asuntos de relaciones laborales a nivel internacional
- - Valorar y gestionar las diferencias culturales presentes en la gestión de las relaciones laborales en las empresas

6.3 Competencias:

CTR-1. Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

- - Que un graduado en IB sepa incorporar en todas sus tareas el respeto a los derechos fundamentales, la igualdad de género y los Derechos Humanos.
- - Que un graduado en IB pueda desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.
- - Que un graduado en IB sepa desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento.

CTR-2. Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.

- - Que un graduado en IB conozca las fuentes de información adecuadas para poder ampliar los conocimientos sobre cuestiones vinculadas al Derecho de forma individual o colectiva.
- - Que un graduado en IB pueda colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Que un graduado en IB sepa colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos.
- - Asumir las responsabilidades de un trabajo conjunto dirigido a producir un proyecto holístico de organización internacional pivotado en torno a la dirección estratégica de personas alineado con la estrategia de negocio.

CTR-3. Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.

- - Que un graduado en IB comprenda la importancia de la aplicación del rigor científico en el desarrollo de su actividad profesional.
- - Que un graduado en IB sepa razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un graduado en IB sepa razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un graduado en IB pueda razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un graduado en IB pueda razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Que un graduado en IB sepa razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate.
- - Saber cuáles son los nuevos retos y necesidades que plantea la toma científica de las decisiones en la conocida como Sociedad del Conocimiento y de las Inteligencias Artificiales.

CTR-4. Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

- - Que un graduado en IB sepa comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

- - Que un graduado en IB sepa identificar, comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional.

CTR-5. Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.

- - Que un graduado en IB pueda diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un graduado en IB sepa diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Que un graduado en IB pueda diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora
- - Que un graduado en IB sepa diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora.
- - Introducir ideas y planteamientos originales en una propuesta de análisis establecida desarrollando así pensamiento lateral para la toma de decisiones estratégicas y emprendedoras teniendo en cuenta las diferentes sensibilidades culturales
- - Estar al corriente de las nuevas aproximaciones científicas (multicriterio) seguidas en la resolución de los problemas complejos caracterizados por la existencia de múltiples escenarios, actores y criterios. - Ser capaz de integrar en los procesos decisionales lo objetivo, racional y tangible asociado a la ciencia tradicional con lo subjetivo, emocional e intangible asociado al factor humano.

CTR-6. Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

- - Que un graduado en IB sepa transmitir a los estudiantes la necesidad de incorporar prácticas de autoaprendizaje permanente para que puedan desarrollar un pensamiento crítico que les permita aportar y contribuir al desarrollo de la sociedad en su conjunto.
- - Que un graduado en IB sepa utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Que un graduado en IB utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Que un graduado en IB utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.
- - Que un graduado en IB utilice el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal.

CTR-7. Comunicación oral y escrita. Saber comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.

- - Que un graduado en IB utilice de forma correcta y fluida, tanto oral como escrita, el lenguaje técnico y la argumentación jurídica.
- - Que un graduado en IB sepa comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.
- - Que un graduado en IB sepa comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia.
- - Que un graduado en IB sepa comunicarse, argumentar y negociar tanto con especialistas del área como con personas no expertas en la materia

CTR-8. Tecnología y Digitalización. Manejar diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.

- - Que un graduado en IB sea capaz de manejar diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.

- - Que un graduado en IB maneje diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.
- - Que un graduado en IB maneje diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados.
- - Que un graduado en IB maneje diferentes tecnologías y programas informáticos, seleccionando el más adecuado para un objetivo concreto, y justificando su elección en base a los beneficios y costes asociados

7. ESTRUCTURA DE LA TITULACIÓN

Módulo	Formación Básica (60 ECTS)	
Matería	Contabilidad financiera internacional (6 ECTS)	
Asignaturas	Introduction to Financial Accounting (6 ECTS)	
Matería	Derecho (6 ECTS)	
Asignaturas	Fundamentals of commercial law (6 ECTS)	
Matería	Economía global aplicada (12 ECTS)	
Asignaturas	The making of the global economy (6 ECTS)	
	World economy (6 ECTS)	
Matería	Instrumentos para el análisis económico (12 ECTS)	
Asignaturas	Mathematics for Business I (6 ECTS)	
	Mathematics for Business II (6 ECTS)	
Matería	Marketing (6 ECTS)	
Asignaturas	Introduction to Marketing (6 ECTS)	
Matería	Organización de empresas en un entorno global (12 ECTS)	
Asignaturas	Introduction to Business Management (6 ECTS)	
	Organizational Design (6 ECTS)	
Matería	Teoría económica (6 ECTS)	
Asignaturas	Microeconomics (6 ECTS)	
Módulo	Formación Obligatoria (138 ECTS)	
Matería	Contabilidad financiera internacional (12 ECTS)	
Asignaturas	International Financial Accounting (6 ECTS)	
	International Financial Reporting (6 ECTS)	

Matería	Contabilidad internacional avanzada (12 ECTS)
Asignaturas	International Corporate Reporting Analysis (6 ECTS)
	Managerial Accounting and Control (6 ECTS)
Matería	Dirección de empresas en un entorno global (6 ECTS)
Asignaturas	Entrepreneurship (6 ECTS)
Matería	Economía global aplicada (6 ECTS)
Asignaturas	Business and International Taxation (6 ECTS)
Matería	Estrategia empresarial internacional (12 ECTS)
Asignaturas	International Strategic Management I (6 ECTS)
	International Strategic Management II (6 ECTS)
Matería	Finanzas y mercados internacionales (6 ECTS)
Asignaturas	International Financial Decisions (6 ECTS)
Matería	Gestión financiera (12 ECTS)
Asignaturas	Financial Management (6 ECTS)
	Financial Risk Management (6 ECTS)
Matería	Idiomas - francés empresarial (12 ECTS)
Asignaturas	Business Lang. - French I (B1) (6 ECTS)
	French Communication in International Business Contexts (6 ECTS)
Matería	Instrumentos para el análisis económico (6 ECTS)
Asignaturas	Econometrics: Data analysis (6 ECTS)
Matería	Marketing (12 ECTS)
Asignaturas	International Marketing Management (6 ECTS)
	Market Research (6 ECTS)
Matería	Métodos cuantitativos (12 ECTS)
Asignaturas	Statistics and Data Science I (6 ECTS)
	Statistics and Data Science II (6 ECTS)

Materia	Organización de empresas en un entorno global (12 ECTS)
Asignaturas	Operations Management (6 ECTS)
	People Management (6 ECTS)

Materia	Teoría económica (18 ECTS)
Asignaturas	Introduction to Macroeconomics (6 ECTS)
	Market Theory (6 ECTS)
	International Macroeconomics (6 ECTS)

Módulo	Formación Optativa (96 ECTS)
---------------	------------------------------

Materia	Comunicación profesional internacional (6 ECTS)
Asignaturas	Global Professional Skills for International Management (6 ECTS)

Materia	Contabilidad internacional avanzada (6 ECTS)
Asignaturas	Public Sector Accounting (6 ECTS)

Materia	Dirección de empresas en un entorno global (18 ECTS)
Asignaturas	Social Economy Entities Management (6 ECTS)
	Cross-cultural Management (6 ECTS)
	Global Project Management (6 ECTS)

Materia	Economía global aplicada (6 ECTS)
Asignaturas	Economic and Financial Environment (6 ECTS)

Materia	Finanzas y mercados internacionales (12 ECTS)
Asignaturas	Financial Markets (6 ECTS)
	International Financial Management (6 ECTS)

Materia	Instrumentos para el análisis económico (6 ECTS)
Asignaturas	Data Analysis for Business: Methods & Applications (6 ECTS)

Materia	Interdisciplinar (6 ECTS)
Asignaturas	Interdisciplinary (6 ECTS)

Materia	Marketing (6 ECTS)
----------------	--------------------

Asignaturas	International Commercial Simulations (6 ECTS)
Materia	Métodos cuantitativos (6 ECTS)
Asignaturas	Multicriteria Decision Making & Operations Research (6 ECTS)
Materia	Organización de empresas en un entorno global (6 ECTS)
Asignaturas	Innovation and Technological Change (6 ECTS)
Materia	Prácticas en empresa (12 ECTS)
Asignaturas	Internship I (6 ECTS)
	Internship II (6 ECTS)
Materia	Sociología (6 ECTS)
Asignaturas	Organizational Sociology (6 ECTS)

Módulo	TFG (6 ECTS)
Materia	Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)
Asignaturas	Bachelor Thesis (6 ECTS)

8. DEFINICIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo	Formación Básica	
Materia	Contabilidad financiera internacional	
Asignatura	Nombre	Introduction to Financial Accounting
	Nombre en Inglés	Introduction to Financial Accounting
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Derecho	
Asignatura	Nombre	Fundamentals of commercial law
	Nombre en Inglés	Fundamentals of commercial law
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Derecho Mercantil

Matería	Economía global aplicada	
Asignatura	Nombre	The making of the global economy
	Nombre en Inglés	The making of the global economy
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas
Asignatura	Nombre	World economy
	Nombre en Inglés	World economy
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Autoaprendizaje permanente
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Mathematics for Business I
	Nombre en Inglés	Mathematics for Business I
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Mathematics for Business II
	Nombre en Inglés	Mathematics for Business II
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Marketing	
Asignatura	Nombre	Introduction to Marketing
	Nombre en Inglés	Introduction to Marketing
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Matería	Organización de empresas en un entorno global	
Asignatura	Nombre	Introduction to Business Management
	Nombre en Inglés	Introduction to Business Management
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Organizational Design
	Nombre en Inglés	Organizational Design
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés

	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Teoría económica	
Asignatura	Nombre	Microeconomics
	Nombre en Inglés	Microeconomics
	Tipología	Formación básica
	Ámbito (si FB)	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
	Curso	Primer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo	Formación Obligatoria	
Matería	Contabilidad financiera internacional	
Asignatura	Nombre	International Financial Accounting
	Nombre en Inglés	International Financial Accounting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Trabajo en equipo
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	International Financial Reporting
	Nombre en Inglés	International Financial Reporting
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	Contabilidad internacional avanzada	
Asignatura	Nombre	International Corporate Reporting Analysis
	Nombre en Inglés	International Corporate Reporting Analysis
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Managerial Accounting and Control
	Nombre en Inglés	Managerial Accounting and Control
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Dirección de empresas en un entorno global	
Asignatura	Nombre	Entrepreneurship
	Nombre en Inglés	Entrepreneurship
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Economía global aplicada	

Asignatura	Nombre	Business and International Taxation
	Nombre en Inglés	Business and International Taxation
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Matería	Estrategia empresarial internacional	
Asignatura	Nombre	International Strategic Management I
	Nombre en Inglés	International Strategic Management I
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	International Strategic Management II
	Nombre en Inglés	International Strategic Management II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Finanzas y mercados internacionales	
Asignatura	Nombre	International Financial Decisions
	Nombre en Inglés	International Financial Decisions
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	Gestión financiera	
Asignatura	Nombre	Financial Management
	Nombre en Inglés	Financial Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	Financial Risk Management
	Nombre en Inglés	Financial Risk Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Matería	Idiomas - francés empresarial	
Asignatura	Nombre	Business Lang. - French I (B1)
	Nombre en Inglés	Business Lang. - French I (B1)
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Francés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Francesa
Asignatura	Nombre	French Communication in International Business Contexts
	Nombre en Inglés	French Communication in International Business Contexts
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Francés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Filología Francesa

Matería	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Econometrics: Data analysis
	Nombre en Inglés	Econometrics: Data analysis
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Marketing	
Asignatura	Nombre	International Marketing Management
	Nombre en Inglés	International Marketing Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Asignatura	Nombre	Market Research
	Nombre en Inglés	Market Research
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados
Materia	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Statistics and Data Science I
	Nombre en Inglés	Statistics and Data Science I

	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Asignatura	Nombre	Statistics and Data Science II
	Nombre en Inglés	Statistics and Data Science II
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Materia	Organización de empresas en un entorno global	
Asignatura	Nombre	Operations Management
	Nombre en Inglés	Operations Management
	Tipología	Obligatoria

	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Democracia y sostenibilidad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	People Management
	Nombre en Inglés	People Management
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Tercer curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Innovación y creatividad
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Matería	Teoría económica	
Asignatura	Nombre	Introduction to Macroeconomics
	Nombre en Inglés	Introduction to Macroeconomics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	Market Theory
	Nombre en Inglés	Market Theory
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico
Asignatura	Nombre	International Macroeconomics
	Nombre en Inglés	International Macroeconomics
	Tipología	Obligatoria
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Segundo curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	Pensamiento crítico
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Módulo		Formación Optativa	
Materia	Comunicación profesional internacional		
Asignatura	Nombre	Global Professional Skills for International Management	
	Nombre en Inglés	Global Professional Skills for International Management	
	Tipología	Optativa	
	Ámbito (si FB)		
	Curso	Cuarto curso	
	Semestre o Semestres	Segundo semestre	
	Mención Dual	No	
	ECTS	6	
	Idioma	Inglés	
	Modalidad	Presencial	
	Punto Control		
	RA Específico		
	Área de conocimiento vinculada	Filología Inglesa	
Materia	Contabilidad internacional avanzada		
Asignatura	Nombre	Public Sector Accounting	
	Nombre en Inglés	Public Sector Accounting	
	Tipología	Optativa	
	Ámbito (si FB)		
	Curso	Cuarto curso	
	Semestre o Semestres	Primer semestre	
	Mención Dual	No	
	ECTS	6	
	Idioma	Inglés	
	Modalidad	Presencial	
	Punto Control		
	RA Específico		
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad	

Matería	Dirección de empresas en un entorno global	
Asignatura	Nombre	Social Economy Entities Management
	Nombre en Inglés	Social Economy Entities Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Cross-cultural Management
	Nombre en Inglés	Cross-cultural Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas
Asignatura	Nombre	Global Project Management
	Nombre en Inglés	Global Project Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	

	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Economía global aplicada	
Asignatura	Nombre	Economic and Financial Environment
	Nombre en Inglés	Economic and Financial Environment
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Aplicada

Materia	Finanzas y mercados internacionales	
Asignatura	Nombre	Financial Markets
	Nombre en Inglés	Financial Markets
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No

	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad
Asignatura	Nombre	International Financial Management
	Nombre en Inglés	International Financial Management
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Economía Financiera y Contabilidad

Materia	Instrumentos para el análisis económico	
Asignatura	Nombre	Data Analysis for Business: Methods & Applications
	Nombre en Inglés	Data Analysis for Business: Methods & Applications
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	

	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Matería	Interdisciplinar	
Asignatura	Nombre	Interdisciplinary
	Nombre en Inglés	Interdisciplinary
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Anual
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	(1) Español; (2) Inglés; y (3) Francés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	

Matería	Marketing	
Asignatura	Nombre	International Commercial Simulations
	Nombre en Inglés	International Commercial Simulations
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Comercialización e Investigación de Mercados

Materia	Métodos cuantitativos	
Asignatura	Nombre	Multicriteria Decision Making & Operations Research
	Nombre en Inglés	Multicriteria Decision Making & Operations Research
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Fundamentos del Análisis Económico

Materia	Organización de empresas en un entorno global	
Asignatura	Nombre	Innovation and Technological Change
	Nombre en Inglés	Innovation and Technological Change
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Organización de Empresas

Materia	Prácticas en empresa	
Asignatura	Nombre	Internship I

	Nombre en Inglés	Internship I
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Primer semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	(1) Español; (2) Inglés; y (3) Francés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología
Asignatura	Nombre	Internship II
	Nombre en Inglés	Internship II
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	(1) Español; (2) Inglés; y (3) Francés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos

	vinculada	del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología
--	------------------	--

Materia	Sociología	
Asignatura	Nombre	Organizational Sociology
	Nombre en Inglés	Organizational Sociology
	Tipología	Optativa
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial
	Punto Control	
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	Sociología

Módulo	TFG	
Materia	Trabajo Fin de Grado	
Asignatura	Nombre	Bachelor Thesis
	Nombre en Inglés	Bachelor Thesis
	Tipología	Trabajo fin de Grado
	Ámbito (si FB)	
	Curso	Cuarto curso
	Semestre o Semestres	Segundo semestre
	Mención Dual	No
	ECTS	6
	Idioma	Inglés
	Modalidad	Presencial

	Punto Control	Inteligencia emocional
	RA Específico	
	Área de conocimiento vinculada	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología

9. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LA TITULACIÓN

9.1 Distribución de Asignaturas

Curso 1					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Fundamentals of commercial law	FB	6	Introduction to Financial Accounting	FB	6
Introduction to Business Management	FB	6	Mathematics for Business II	FB	6
Introduction to Marketing	FB	6	Microeconomics	FB	6
Mathematics for Business I	FB	6	Organizational Design	FB	6
The making of the global economy	FB	6	World economy	FB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 1					60

Curso 2					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
International Financial Accounting	OB	6	International Financial Decisions	OB	6
International Strategic Management I	OB	6	International Financial Reporting	OB	6
Introduction to Macroeconomics	OB	6	International Macroeconomics	OB	6
Market Theory	OB	6	International Strategic Management II	OB	6
Statistics and Data Science I	OB	6	Statistics and Data Science II	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 2					60

Curso 3					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Business Lang. - French I (B1)	OB	6	Financial Risk Management	OB	6
Econometrics: Data analysis	OB	6	Managerial Accounting and Control	OB	6
Financial Management	OB	6	Market Research	OB	6
International Corporate Reporting Analysis	OB	6	Operations Management	OB	6
International Marketing Management	OB	6	People Management	OB	6
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Total ECTS Curso 3					60

Curso 4					
Semestre 1			Semestre 2		
Asignaturas	Tipo	ECTS	Asignaturas	Tipo	ECTS
Business and International Taxation	OB	6	French Communication in International Business Contexts	OB	6
Entrepreneurship	OB	6	Cross-cultural Management	OP	6
Data Analysis for Business: Methods & Applications	OP	6	Economic and Financial Environment	OP	6
Financial Markets	OP	6	Global Professional Skills for International Management	OP	6
Innovation and Technological Change	OP	6	Global Project Management	OP	6
International Commercial Simulations	OP	6	International Financial Management	OP	6
Internship I	OP	6	Internship II	OP	6
Multicriteria Decision Making & Operations Research	OP	6	Organizational Sociology	OP	6
Public Sector Accounting	OP	6	Bachelor Thesis	TFG	6
Social Economy Entities Management	OP	6			
Asignaturas anuales (Semestre 1 y 2)					
Interdisciplinary				OP	6
Total ECTS Curso 4					120

9.2 Oferta Total de Asignaturas Optativas

Asignaturas	Curso	Semestre	ECTS
Interdisciplinary	Cuarto curso	Anual	6
Data Analysis for Business: Methods & Applications	Cuarto curso	Primer semestre	6
Financial Markets	Cuarto curso	Primer semestre	6
Innovation and Technological Change	Cuarto curso	Primer semestre	6
International Commercial Simulations	Cuarto curso	Primer semestre	6
Internship I	Cuarto curso	Primer semestre	6
Multicriteria Decision Making & Operations Research	Cuarto curso	Primer semestre	6
Public Sector Accounting	Cuarto curso	Primer semestre	6
Social Economy Entities Management	Cuarto curso	Primer semestre	6
Cross-cultural Management	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Economic and Financial Environment	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Global Professional Skills for International Management	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Global Project Management	Cuarto curso	Segundo semestre	6
International Financial Management	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Internship II	Cuarto curso	Segundo semestre	6
Organizational Sociology	Cuarto curso	Segundo semestre	6

9.3 Distribución de Asignaturas Optativas por Menciones o Mención Dual

Asignaturas con mención dual	ECTS
<i>No hay asignaturas optativas con mención dual</i>	

10. ÁREAS DE CONOCIMIENTO VINCULADAS

Asignaturas	Áreas de conocimiento vinculadas
Fundamentals of commercial law	Derecho Mercantil
Introduction to Business Management	Organización de Empresas
Introduction to Marketing	Comercialización e Investigación de Mercados
Mathematics for Business I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
The making of the global economy	(1) Economía Aplicada; y (2) Historia e Instituciones Económicas
Introduction to Financial Accounting	Economía Financiera y Contabilidad

Mathematics for Business II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; y (3) Fundamentos del Análisis Económico
Microeconomics	Fundamentos del Análisis Económico
Organizational Design	Organización de Empresas
World economy	Economía Aplicada
International Financial Accounting	Economía Financiera y Contabilidad
International Strategic Management I	Organización de Empresas
Introduction to Macroeconomics	Fundamentos del Análisis Económico
Market Theory	Fundamentos del Análisis Económico
Statistics and Data Science I	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
International Financial Decisions	Economía Financiera y Contabilidad
International Financial Reporting	Economía Financiera y Contabilidad
International Macroeconomics	Fundamentos del Análisis Económico
International Strategic Management II	Organización de Empresas
Statistics and Data Science II	(1) Economía Aplicada; (2) Estadística e Investigación Operativa; y (3) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa
Business Lang. - French I (B1)	Filología Francesa
Econometrics: Data analysis	Fundamentos del Análisis Económico
Financial Management	Economía Financiera y Contabilidad
International Corporate Reporting Analysis	Economía Financiera y Contabilidad
International Marketing Management	Comercialización e Investigación de Mercados
Financial Risk Management	Economía Financiera y Contabilidad
Managerial Accounting and Control	Economía Financiera y Contabilidad
Market Research	Comercialización e Investigación de Mercados
Operations Management	Organización de Empresas
People Management	Organización de Empresas
Interdisciplinary	Sin áreas de conocimiento vinculadas
Business and International Taxation	Economía Aplicada
Entrepreneurship	Organización de Empresas
Data Analysis for Business: Methods & Applications	Fundamentos del Análisis Económico
Financial Markets	Economía Financiera y Contabilidad

Innovation and Technological Change	Organización de Empresas
International Commercial Simulations	Comercialización e Investigación de Mercados
Internship I	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología
Multicriteria Decision Making & Operations Research	Fundamentos del Análisis Económico
Public Sector Accounting	Economía Financiera y Contabilidad
Social Economy Entities Management	Organización de Empresas
French Communication in International Business Contexts	Filología Francesa
Cross-cultural Management	Organización de Empresas
Economic and Financial Environment	Economía Aplicada
Global Professional Skills for International Management	Filología Inglesa
Global Project Management	Organización de Empresas
International Financial Management	Economía Financiera y Contabilidad
Internship II	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología
Organizational Sociology	Sociología
Bachelor Thesis	(1) Álgebra; (2) Análisis Matemático; (3) Comercialización e Investigación de Mercados; (4) Derecho Mercantil; (5) Economía Aplicada; (6) Economía Financiera y Contabilidad; (7) Estadística e Investigación Operativa; (8) Filología Francesa; (9) Filología Inglesa; (10) Fundamentos del Análisis Económico; (11) Historia e Instituciones Económicas; (12) Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa; (13) Organización de Empresas; y (14) Sociología

11. ASIGNATURAS PUNTO DE CONTROL DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Denominación competencia transversal
Democracia y sostenibilidad

Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Fundamentals of commercial law	6
Operations Management	6
Trabajo en equipo	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Introduction to Marketing	6
International Financial Accounting	6
Pensamiento crítico	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Organizational Design	6
International Macroeconomics	6
Inteligencia emocional	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
International Financial Reporting	6
Bachelor Thesis	6
Innovación y creatividad	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
People Management	6
Entrepreneurship	6
Autoaprendizaje permanente	
Asignaturas de la competencia transversal	ECTS
Introduction to Financial Accounting	6
World economy	6

12. TABLA DE ADAPTACIÓN DE ASIGNATURAS

PLAN DE ESTUDIOS 1393/2007	PLAN DE ESTUDIOS 822/2021



Asignaturas	ECTS	Asignaturas	ECTS
No hay adaptaciones definidas para esta titulación			

13. HISTORIAL DEL DOCUMENTO

Versión: v1.0 (12/12/2024)

Fecha de aprobación en Comisión de Garantía de Calidad:

Fecha de aprobación en Junta de Facultad:

Fecha de aprobación en Comisión de Estudios de Grado: