

Competencias generales

CG01	Habilidad para liderar equipos y proyectos multipaís y multimercado, generando sinergias entre las funciones de marketing y ventas.
CG02	Desarrollarse profesionalmente con la habilidad de decidir entre alternativas comerciales y de planes de comunicación con un alcance internacional.
CG03	Seleccionar y aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación.
CG04	Diseñar e implementar estrategias comerciales y de marketing consistentes con el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno a nivel global.
CG05	Analizar la situación interna y externa para elaborar diagnósticos de las organizaciones, con el fin de establecer planes y alternativas coherentes.
CG06	Reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados nacionales e internacionales afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
CG07	Seleccionar, desarrollar y aplicar las estrategias comerciales, de marketing y de comunicación óptimas en función de la estrategia empresarial y desde un alcance internacional.
CG08	Trabajar con equipos comerciales multidisciplinares, multiculturales y formados por personas de distintas nacionalidades en proyectos de marketing de alcance internacional.
CG09	Gestionar las nuevas tecnologías, desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la dirección de marketing internacional.