



COMPETENCIAS Y SU EVALUACIÓN MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA Y EMPRESA

(Extracto de la Memoria de Verificación del Título de Máster Universitario en Investigación en Economía y Empresa)

3.4. Competencias genéricas y específicas

En este apartado se presenta el listado general de competencias que, a la luz de los objetivos generales del título y del perfil específico que Comillas quiere dar a la formación de sus postgraduados en Investigación en Economía y Empresa se organiza de la siguiente manera:

- En primer lugar presentaremos las **competencias genéricas** que han sido seleccionadas de los trabajos realizados desde el Proyecto Tuning, en función de su pertinencia y relevancia para el desarrollo de nuestro perfil formativo específico.
- En segundo lugar aparecerá un listado con la selección de las **competencias específicas** que desde Comillas consideramos relevantes para el perfil formativo del Máster en Investigación en Economía y Empresa.

Dichas competencias se adecuan al nivel formativo del Postgrado (descriptores de Dublín). Se destacan los siguientes aspectos:

- ampliación de los conocimientos básicos y especializados;
- desarrollo de capacidades de resolución de problemas en entornos inciertos y cambiantes en un contexto multidisciplinar;
- profundización de conocimiento de las disciplinas del área económicoempresarial que facilita la aportación de ideas, pensamientos y enfoques originales; y
- aplicación de los conocimientos y desarrollo de las competencias requeridas en actividades de investigación.

Las competencias pertinentes que se identifican en este documento, se inspiran, parcialmente, en los *subject benchmark statements* o puntos de referencia con respecto a las materias de Economía, Finanzas, Contabilidad y Gestión Empresarial elaborados por la *Quality Assurance Agency for Higher Education* (QAA) del Reino Unido. Además, estos documentos presentan orientaciones generales sobre la articulación de los resultados del aprendizaje asociados con el programa. Las afirmaciones presentes en estos documentos constituyen puntos de referencia que permiten medir los resultados del aprendizaje y especificar las características del programa y los estándares indicativos relevantes. Las competencias señaladas por la QAA representan una fuente externa de referencia reconocida por instituciones de

educación superior que se proponen diseñar y desarrollar programas en estas materias. De esta manera, la relación de competencias detallada en el Máster en Investigación encuentra su apoyo y razonamiento en los trabajos de entidades como la institución británica.

La explicitación de competencias y conocimientos en las materias de empresa constituye, también, un requerimiento de los procesos de acreditación gestionados por la Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) en los EE.UU. Los trabajos de la AACSB, que se han utilizado también como referencia en este documento, pronuncian sobre los atributos y las capacidades que deberían demostrar los poseedores de los títulos universitarios avalados por esta entidad. Documentación de la misma índole publicada por diversas organizaciones como la European Foundation for Management Development (EFMD), la Association of Business Schools y la Association of MBAs ha tenido un valor orientativo en la elaboración del presente documento.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

COMPETENCIAS INSTRUMENTALES

- CGI 1.** Capacidad de análisis y síntesis
- CGI 2.** Resolución de problemas y toma de decisiones
- CGI 3.** Capacidad de organización y planificación
- CGI 4.** Capacidad de gestionar información proveniente de fuentes diversas
- CGI 5.** Capacidad de una correcta comunicación oral y escrita en la propia lengua
- CGI 6.** Utilización de documentación en otras lenguas (especialmente inglés)

COMPETENCIAS PERSONALES

- CGP 7.** Habilidades interpersonales para comunicarse con sus colegas, con la comunidad académica en su conjunto y con la sociedad en general acerca de sus áreas de conocimiento
- CGP 8.** Capacidad de trabajo en grupo.
- CGP 9.** Capacidad crítica y autocrítica en la evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
- CGP 10.** Reconocimiento y respeto a la diversidad y multiculturalidad

COMPETENCIAS SISTÉMICAS

- CGS 11.** Habilidad de una comprensión sistemática de un campo de estudio y el dominio de habilidades y métodos de investigación relacionados con dicho campo.
- CGS 12.** Capacidad de fomentar, en contextos académicos y profesionales, el avance tecnológico, social y cultural dentro de una sociedad basada en el conocimiento.
- CGS 13.** Capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación.
- CGS 14.** Capacidad de realizar una contribución a través de una investigación original que amplíe las fronteras del conocimiento desarrollando un corpus sustancial que merezca la publicación referenciada a nivel nacional o internacional.

(CGI: Competencia Genérica Instrumental)

(CGP: Competencia Genérica Personal)

(CGS: Competencia Genérica Sistémica)

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE 1. Conocer la ciencia como objeto de estudio de la filosofía y su desarrollo histórico.

CE 2. Conocer el método científico y diferenciarlo de los métodos no científicos y conocer las bases conceptuales y los procesos (observación, el problema, formulación y contraste de hipótesis y las teorías) que subyacen al método científico

CE 3. Establecer un adecuado diseño de la investigación en el ámbito de las Ciencias Económicas y Empresariales

CE 4. Saber utilizar las principales fuentes documentales y conocer cómo hacer un uso selectivo y crítico de las mismas.

CE 5. Conocimiento y comprensión de la importancia de la dimensión ética en la investigación, en general, y sobre valores organizativos y Responsabilidad Social de la Empresa, en particular.

CE 6. Dotar al alumno de los recursos y del criterio necesario para saber detectar e identificar las nuevas líneas de investigación

CE 7. Diseñar y aplicar un instrumento o técnica para la recogida de información adaptada a la metodología cualitativa o cuantitativa sobre las que se quiere obtener la información

CE 8. Desarrollar habilidades para mantener actualizado el conocimiento de las nuevas áreas de investigación existentes en el ámbito económico-empresarial.

CE 9. Conocimiento y manejo de sistemas y herramientas informáticas para la recogida, tratamiento y análisis de datos

CE 10. Conocimiento de las principales características de las técnicas y modelos existentes para el análisis de datos y de su aplicación práctica a un conjunto de datos

CE 11. Conocer las principales corrientes de pensamiento que defienden un paradigma económico basado en la sostenibilidad y comprender su influencia sobre la razón de ser de la empresa y su gestión

CE 12. Conocimiento crítico de la historia y la ciencia de la dirección estratégica y del gobierno corporativo

CE 13. Comprender el papel de la innovación y el de la tecnología en el logro y el mantenimiento de la ventaja competitiva de la empresa e identificar los factores determinantes en la adecuada formulación e implantación de las estrategias tecnológicas y de innovación.

CE 14. Identificar los aspectos más relevantes de la investigación en recursos humanos, tanto desde el punto de vista teórico como empírico, así como los principales interrogantes que se plantean en la Dirección Estratégica de Recursos Humanos del futuro.

CE 15. Comprender los elementos claves de las relaciones entre PYMES y desarrollo regional, tanto en su dimensión conceptual como práctica, e identificar los temas de investigación más relevantes de la materia propuesta

CE 16. Identificar posibles líneas de investigación fruto del análisis de las carencias de conocimiento:

1.- en la aplicación de los criterios de valoración del PGC para determinados hechos económicos y elementos patrimoniales complejos e identificar otras carencias en contabilidad en un contexto globalizado.

2.- de la problemática contable de determinados impuestos y de su incidencia en la información aportada por las cuentas anuales de la empresa

CE 17. Conocer y comprender los principales riesgos a los que se enfrenta cualquier entidad financiera y estimular el interés del alumno por los principales desafíos en la gestión de riesgos en entidades financieras como consecuencia de crisis financieras

CE 18. Comprender las distintas áreas de las Finanzas Corporativas que interrelacionan para conseguir el objetivo de crear valor

CE 19. Fomentar un análisis crítico de la realidad empresarial española, a través de las normas de conducta vigentes en nuestro país y su puesta en práctica real por parte de las empresas

CE 20. Conocer y comprender los principales productos financieros y mercados nacionales e internacionales y de las principales instituciones financieras que operan en cada uno de ellos.

CE 21. Capacidad de desarrollar una actitud reflexiva, crítica y creativa ante la evolución de las nuevas tecnologías en los sistemas de información de marketing.

CE 22. Conocer y comprender la influencia del entorno de la empresa en el consumidor

CE 23. Identificar los aspectos más relevantes de la investigación, tanto desde el punto de vista teórico como empírico, así como los principales interrogantes que se plantean los responsables de marketing acerca de las variaciones en el consumo

CE 24. Conocer de forma crítica las tendencias que han marcado la reciente evolución de la distribución comercial a nivel nacional e internacional

CE 25. Conocer de manera crítica los cambios que han tenido lugar en el ámbito de la relación industria-distribución.

CE 26. Habilidad para aplicar software de análisis estadístico en el desarrollo de una investigación en el contexto de la distribución comercial

CE 27. Conocer y comprender los principales aspectos relacionado con la marca:

1.- Análisis de la evolución del significado y de las funciones que las marcas han tenido a lo largo de la historia económica (desde el concepto de *trade-mark* al de *brand equity*)

2.- Conoce el concepto de valor de marca, así como de los modelos de análisis y medición de dicho valor desde el punto de vista de marketing estratégico.

3.- Conoce y comprende las diferentes estrategias y políticas de marca que impulsan el proceso de construcción de marca

CE 28. Conocer los principales fundamentos relacionados con el proceso de comunicación publicitaria de las empresas.

CE 29. Conocimiento de la Historia de las Ideas Económicas

CE 30. Conocimiento de los conceptos, teorías y métodos de la disciplina de Economía.

CE 31. Capacidad de análisis económico.

CE 32. Capacidad de aplicar la teoría y el razonamiento económico a distintas problemáticas.

CE 33. El uso de métodos empíricos en investigaciones económicas.

CE 34. La aplicación de métodos econométricos en el análisis económico

CE 35. Conocimiento de Microeconomía para investigadores

CE 36. Conocimiento de Macroeconomía para investigadores

CRITERIOS Y SISTEMA DE EVALUACIÓN

La calificación obtenida por el alumno viene determinada por los logros alcanzados respecto a las distintas competencias consideradas en la evaluación, según los criterios establecidos. La nota final se manifiesta mediante una calificación numérica expresada en una escala de 0 a 10, considerándose el 5 como el correspondiente a una adquisición suficiente de la materia. En la evaluación se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

SE1 Realización de tareas periódicas (ejercicios, lecturas, etc) previas a cada sesión presencial.

SE2 Realización de tareas periódicas (casos prácticos de consolidación de conocimientos) posteriores a cada sesión presencial.

SE3 Exposición y defensa orales en el aula

Dentro de este tipo de evaluación se considera la exposición por parte del alumno de sus reflexiones en torno a la temática concreta elegida (dentro del catálogo de propuestas definidas por el profesor).

Se espera que estas presentaciones incorporen análisis, síntesis, estructuración y adecuada presentación de la reflexión realizada.

SE4 Calidad de las aportaciones realizadas en clase

Se considera la participación activa del alumno en el aula: búsqueda de información adicional, reflexión para la toma de postura personal sobre temas concretos, proactividad y otros rasgos participativos; se valorarán tanto las aportaciones como las actitudes del alumno, fruto de un proceso de aprendizaje relacionado con las competencias definidas.

SE5 Presentación escrita de un trabajo final en el que deberá demostrar las habilidades y conocimientos adquiridos en relación a las principales fuentes de información para la investigación en Ciencias Económicas y Empresariales.