

### **Perfil de ingreso recomendado.**

Se recomienda que los/as alumnos/as que deseen cursar los estudios de Grado en Marketing e Investigación de mercados, posean una formación básica propia del Área de Humanidades y Ciencias Sociales, como Matemáticas, Sociología, Economía, etc e interés por el mundo empresarial, de comercialización y de los mercados.

Por otra parte, no se contemplan condiciones ni pruebas de acceso especiales.

“Los alumnos que deseen cursar los estudios del Grado en Marketing e Investigación de Mercados es conveniente que posean una formación básica en materias del área de Ciencias Sociales y un buen nivel de matemáticas. Deben tener interés por el mundo empresarial, por la comercialización de productos y servicios y por la investigación de los mercados.

.El futuro graduado en Comercio y Marketing debe mostrar:

- Capacidad analítica.
- Facilidad para las relaciones interpersonales y capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidad e interés por las lenguas extranjeras.
- Interés por las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional.
- Curiosidad y actitud crítica en el análisis de su entorno.
- Actitud participativa, habilidades sociales para la comunicación, empatía y espíritu creativo.
- Responsabilidad y compromiso para el trabajo diario.
- Actitud globalizadora para relacionar hechos y características”.

### **Perfil del egresado**

El sector comercial, como sector prioritario de la actividad económica, abarca un amplio campo, cuya delimitación debe estar en consonancia con las principales figuras profesionales, de manera que respondan a los perfiles profesionales propios del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

para imputarlas después a las competencias a las que se refieren los objetivos de la titulación, así como a los perfiles profesionales.

### Planificación y control comercial (actividades a desarrollar):

- Planificación comercial a corto, medio y largo plazo
- Dirección y coordinación de acciones comerciales
- Diseño de políticas estratégicas
- Creatividad en marketing
- Presupuesto comercial
- Control de acción comercial

### Planificación comercial a corto, medio y largo plazo

- Dirección y coordinación de acciones comerciales
- Diseño de políticas estratégicas
- Creatividad en marketing
- Presupuesto comercial
- Control de acción comercial

### Mercados y productos (actividades a desarrollar):

- Estudios de mercado
- Nuevos productos
- Estudio de márgenes por producto y canal
- Gestión operativa y documental del comercio
- Estudios del entorno
- Desarrollo de la marca
- Segmentación del mercado
- Captación de nuevas oportunidades de negocios

### Consumidores (actividades a desarrollar):

- Marketing de fidelización
- Mantenimiento de la cartera de clientes
- Gestión de grandes cuentas y clientes-llave
- Gestión comercial con clientes
- Captación de clientes: estrategias
- Atención al cliente
- Información y seguimiento de los estudios de los clientes
- Forma de medición de la calidad del servicio
- Definición de la estrategia por canal / cliente
- Control de altas y bajas
- Comportamiento del consumidor
- Asesoramiento técnico al cliente
- Implicaciones técnicas y organizativas de orientación al cliente

### Ventas (actividades a desarrollar):

- La informática en las ventas
- Organización de ventas
- Dirección de red comercial
- Liderazgo y venta estratégica
- Psicología y técnicas de venta
- Promoción de ventas
- Negociación y cierre de operaciones
- Actividades de postventa
- Entrevista de ventas
- Supervisión del equipo de vendedores
- Predicciones de ventas
- Productividad de ventas

-Reclutamiento/ formación de vendedores

-Implantación y gestión del punto de venta

#### Comunicación (actividades a desarrollar):

-Política de comunicación de la empresa

-Estrategias de comunicación

-Conocimiento de herramientas tecnológicas

-Imagen interna y externa de la empresa

#### Logística y distribución (actividades a desarrollar):

-Redes comerciales

-Almacenaje

-Política de compras

-Diseño del canal de distribución

-Gestión de existencias

-Transportes

En cuanto a los diversos puestos a desempeñar a tenor de las actividades acabadas de recoger, es lógico que se desarrolle a diferentes niveles en el marco de la empresa privada o pública. Los puestos en el campo del comercio serían:

-Director comercial

-Técnicos comerciales

-Director de marketing

-Ejecutivos comerciales

-Director de ventas

-Ejecutivos de ventas

-Director de producto

-Ejecutivos de grandes cuentas

-Jefes de áreas de distribución

-Gestor de cuentas

-Jefe de sección comercial

-Técnicos de postventas

-Jefe de grandes cuentas

-Responsables de merchandising

-Jefe de expansión

-Comerciales en general

-Delegados comerciales

-Agentes comerciales.