



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

Planificación comercial a corto, medio y largo plazo (actividades a desarrollar):

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

Mercados y productos (actividades a desarrollar):

- Estudios de mercado
- Estudios del entorno
- Nuevos productos
- Desarrollo de la marca
- Estudio de márgenes por producto y canal



- Segmentación del mercado
- Gestión operativa y documental del comercio
- Captación de nuevas oportunidades de negocios

Consumidores (actividades a desarrollar):

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

Ventas (actividades a desarrollar):

- La informática en las ventas
- Negociación y cierre de operaciones
- Organización de ventas
- Actividades de postventa
- Dirección de red comercial
- Entrevista de ventas
- Liderazgo y venta estratégica



- Supervisión del equipo de vendedores
- Psicología y técnicas de venta
- Predicciones de ventas
- Promoción 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



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



- 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