

Estudiantes en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados, Facultad de Comercio y Gestión, UMA

Este Grado se fundamenta en una base de estudio del área empresarial, por lo que se cuenta con conocimientos contables, económicos o de gestión de empresas en general, pero con una fuerte especialización en el área comercial y de marketing.

Formación multidisciplinar: Contabilidad, Derecho, Finanzas, Economía, Métodos cuantitativos, organización de empresas, dirección comercial, marketing sectorial, investigación de mercados, distribución comercial, comunicación comercial

Competencias:

- Gestión de la dirección comercial y de los canales de distribución, mediante el desarrollo de estrategias de producto y precios y marketing estratégico
- Investigación de mercados, mediante el análisis del comportamiento del consumidor y de la competencia
- Desarrollo de estrategias de marketing sectorial, tanto de servicios como internacional, así como la gestión de la comunicación comercial integrada en el marketing.
- Valoración de la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados.
- Elaboración de proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.

Funciones directivas:

- Brand Manager o Product Manager
- Dirección de Publicidad y Promoción
- Dirección de Marketing On Line
- Dirección de Distribución y Logística
- Director Comercial y de Ventas
- Responsable de Expansión Comercial
- Funciones directivas en el Departamento de Marketing Internacional