



Perfiles de Estudiantes por Titulación

► Grado en Gestión y Administración Pública

La formación de estos estudiantes se basa en dos pilares fundamentales: el Derecho y la Economía, siempre desde la perspectiva de las administraciones públicas. Gracias a esta base, están capacitados para desempeñar tareas relacionadas con la contabilidad, la fiscalidad, los aspectos legales y la gestión administrativa en general.

Estos perfiles resultan especialmente valiosos tanto en el ámbito de las administraciones públicas como en empresas o entidades que mantienen una relación habitual con ellas, como gestorías administrativas, asesorías, notarías, entre otras.

► Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Este grado se sustenta en una formación empresarial amplia, que incluye conocimientos en contabilidad, economía y gestión de empresas. A ello se suma una marcada especialización en el área comercial y de marketing.

Los estudiantes están especialmente preparados para trabajar en áreas como:

- Investigación de mercados
- Análisis del comportamiento del consumidor
- Estudio de la competencia
- Diseño de estrategias de producto y precio
- Gestión de la comercialización y los canales de distribución
- Desarrollo de estrategias de publicidad y promoción, tanto en medios tradicionales como en las nuevas tendencias de comunicación digital

► Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital

Este máster está dirigido a titulados con una sólida formación previa, mayoritariamente en grados como Marketing, Administración y Dirección de Empresas, o Publicidad y Relaciones Públicas.

El programa se centra en dotar al alumnado de los conocimientos y competencias necesarios para afrontar con éxito los retos y oportunidades que las nuevas tecnologías ofrecen al marketing empresarial. La formación abarca desde la gestión estratégica del marketing digital hasta aspectos más específicos como:

- Marketing móvil
- Gestión de marca online
- Publicidad digital



- Análisis del comportamiento del consumidor en entornos de comercio electrónico
- E-commerce y plataformas digitales

Además, se aborda tanto la dimensión estratégica como los aspectos técnicos necesarios para la gestión operativa de herramientas digitales.