

## SALIDAS PROFESIONALES

A los futuros Graduados/as en Marketing e Investigación de Mercados se les abre un amplísimo abanico de posibilidades laborales. La formación proporcionada les permitirá ocupar puestos de responsabilidad en la dirección general o los departamentos de marketing de cualquier tipo de empresa, realizando tareas de analistas de mercado, diseñando planes de marketing o determinando las estrategias comerciales, entre otras muchas tareas. Pero también pueden asumir funciones directivas en distintas áreas o departamentos, como la de 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, etc. De igual forma se abren grandes posibilidades en el ámbito del ejercicio libre de la profesión, como asesores y consultores de marketing y publicidad, en gabinetes de investigación de mercados o como community manager.



ANDALUCÍA TECH  
Campus de Excelencia Internacional  
Campus of International Excellence

uma.es

Facultad de Comercio y Gestión  
Complejo de Estudios Sociales y Comercio  
Campus de Teatinos  
29071 Málaga (España)  
Telf.: (+34) 951 95 21 50

@destinouma

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## Grado en MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

## ¿QUÉ ES?

La titulación en Marketing e Investigación de Mercados es un Grado que se incorporó a la oferta de estudios de la Universidad de Málaga en el curso 2010-11, y que hoy en día resulta de gran trascendencia ante el actual entorno económico y empresarial. La enorme competencia y la madurez en la que se encuentran la gran mayoría de los mercados y sectores de actividad hace necesario que las organizaciones incorporen a sus equipos directivos a profesionales del marketing y la investigación de mercados que les proporcionen las herramientas y estrategias necesarias para diferenciar a sus productos y empresas, desarrollar nuevos productos y mercados a los que dirigirse y, en definitiva, que hagan más competitivos a dichas empresas. El Grado en Marketing e Investigación de Mercados te formará y te convertirá en un profesional con capacidad para alcanzar tales objetivos, a través del estudio de la Investigación de Mercados, el Comportamiento del Consumidor, el Análisis de la Competencia, las Estrategias de Productos y Precios, la Gestión de la Comercialización y los Canales de Distribución, o todo lo relativo a las estrategias de publicidad y promoción, tanto a través de los medios tradicionales, como de las nuevas tendencias de la comunicación on-line.

# GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

## PLAN DE ESTUDIOS

### PRIMER CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Fundamentos de Marketing	6
Historia Económica	6
Introducción a la Economía	6
Introducción al Derecho	6
Matemáticas para la Economía y la Empresa	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comportamiento del Consumidor	6
Contabilidad	6
Estadística I	6
Fundamentos de Administración de Empresas	6
Marketing Estratégico y Planificación Comercial	6

### SEGUNDO CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Administración de Organizaciones	6
Estadística II	6
Gestión de Producto y Precio	6
Matemáticas de las Operaciones Financieras	6
Microeconomía	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Distribución Comercial	6
Finanzas Aplicadas al Marketing	6
Investigación de Mercados I	6
Macroeconomía	6
Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad	6

### TERCER CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comunicación Comercial I	6
Contabilidad de Gestión	6
Dirección de Recursos Humanos	6
Dirección de Ventas	6
Estadística Multivariante	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Creación de Empresas	6
Estructura del Comercio Internacional	6
Investigación de Mercados II	6
Optativa 1	6
Optativa 2	6

### CUARTO CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comunicación Comercial II	6
Marketing de Servicios	6
Marketing Internacional	6
Optativa 3	6
Optativa 4	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Trabajo Fin de Grado	6
Prácticas en Empresas (o materias que la sustituyan)	12
Optativa 5	6
Optativa 6	6

### OPTATIVAS

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comercio Electrónico	6
Creatividad Publicitaria	6
Derecho de Consumidores	6
Derecho de Sociedades Mercantiles	6
Dirección de la Producción y las Operaciones	6
Dirección Estratégica	6
Econometría	6
Gestión del Conocimiento	6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	6
Inglés Aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado	6
Investigación Cualitativa	6
Marketing Turístico	6
Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial	6
Merchandising	6
Psicología Económica y del Consumidor	6

