

SALIDAS PROFESIONALES

Los egresados del Grado en Marketing e Investigación de Mercados cuentan con un amplio abanico de oportunidades laborales en sectores diversos y dinámicos. La formación adquirida les permite ocupar puestos de responsabilidad en departamentos clave de cualquier tipo de empresa, como dirección general, marketing, comercialización, distribución o comunicación.

Podrás desempeñarte como analista de mercados, responsable de planes de marketing o estrategia comercial. Además, estarás capacitado para asumir funciones directivas específicas como brand manager, product manager, director/a de publicidad y promoción, especialista en marketing digital, director/a de distribución y logística, o incluso liderar el departamento de marketing internacional.

El ejercicio libre de la profesión también abre posibilidades interesantes, permitiéndote trabajar como asesor/a o consultor/a en marketing y publicidad, investigador/a de mercados, community manager o desarrollador/a de estrategias digitales. Sea cual sea el camino que elijas, tu preparación te posicionará para liderar con éxito en un entorno profesional competitivo y en constante evolución.

*El contenido de este documento puede estar sujeto a modificaciones. Te recomendamos consultar siempre la información actualizada en el centro correspondiente al grado que deseas estudiar. Para más detalles, visita la página web oficial.

uma.es

infouma 

infouma 

@infoUMA 

@univmalaga.bsky.social 

@universidadmalaga 

infouma 

@UniversidadMalaga 

Universidad de Málaga 

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Grado en MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE MARKETING Y GESTIÓN

¿QUÉ ES?

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados responde a las demandas de un entorno económico y empresarial cada vez más competitivo y dinámico.

El programa te prepara para convertirte en un profesional capaz de desarrollar estrategias innovadoras que diferencien productos y empresas, identifiquen nuevos mercados y aumenten la competitividad empresarial. A través del estudio de disciplinas como la Investigación de Mercados, el Comportamiento del Consumidor, el Análisis de la Competencia y las Estrategias de Comercialización, adquirirás las herramientas necesarias para marcar la diferencia en el mundo empresarial.

Además, aprenderás a diseñar estrategias de publicidad y promoción tanto en medios tradicionales como en las más innovadoras plataformas digitales, combinando creatividad con análisis de datos para generar impacto real. Este grado no solo ofrece una sólida formación teórica, sino que también incluye experiencias prácticas y proyectos con empresas.

Si buscas una carrera con alta empleabilidad, orientada al futuro y con un enfoque práctico e innovador, ¡el Grado en Marketing e Investigación de Mercados es para ti!



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CURSO

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|---|------------------|---------------|
| Fundamentos de Marketing | Formación Básica | 6 |
| Historia Económica del Comercio | Formación Básica | 6 |
| Introducción al Derecho | Formación Básica | 6 |
| Matemáticas para la Economía y la Empresa | Formación Básica | 6 |
| Análisis Económico I | Formación Básica | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|--|------------------|---------------|
| Fundamentos de Contabilidad | Formación Básica | 6 |
| Estadística I | Formación Básica | 6 |
| Fundamentos de la Administración de Empresas | Formación Básica | 6 |
| Comportamiento del Consumidor | Formación Básica | 6 |
| Gestión de Producto y Branding | Formación Básica | 6 |

SEGUNDO CURSO

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|------------------------------------|------------------|---------------|
| Estadística II | Formación Básica | 6 |
| Gestión de Precios en el Marketing | Obligatoria | 6 |
| Contabilidad de Gestión | Obligatoria | 6 |
| Dirección de Ventas | Obligatoria | 6 |
| Investigación de Mercados I | Obligatoria | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|--|------------------|---------------|
| Análisis Económico II | Formación Básica | 6 |
| Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad | Obligatoria | 6 |
| Distribución Comercial | Obligatoria | 6 |
| Marketing Digital | Obligatoria | 6 |
| Valoración Financiera en el Marketing | Obligatoria | 6 |

TERCER CURSO

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|---|-------------|---------------|
| Informática Aplicada a la Gestión del Marketing | Obligatoria | 6 |
| Comunicación Comercial | Obligatoria | 6 |
| Estadística Multivariante | Obligatoria | 6 |
| Social Media Marketing | Obligatoria | 6 |
| Finanzas Aplicadas al Marketing | Obligatoria | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|---|-------------|---------------|
| Emprendimiento e Innovación | | 6 |
| Marketing Estratégico y Planificación Comercial | Obligatoria | 6 |
| Analítica Digital | Obligatoria | 6 |
| Investigación de Mercados II | Obligatoria | 6 |
| Planificación y Gestión Publicitaria | Obligatoria | 6 |

CUARTO CURSO

| ASIGNATURAS | Carácter | Créditos ECTS |
|---|-------------------------|---------------|
| Asignaturas Optativas (Primer y/o Segundo Semestre) | | 54 |
| Trabajo Fin de Grado (Segundo Semestre) | Trabajo Fin de Estudios | 6 |

El alumnado debe cursar 54 créditos en materias optativas. Puede elegir uno de los tres itinerarios propuestos o combinar las materias entre ellas.

OPTATIVAS Itinerario Inteligencia y Analítica de Negocios

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|---------------------------------------|---------------|
| Economía del Comportamiento | 6 |
| Investigación Cualitativa | 6 |
| Marketing Intelligence | 6 |
| Psicología Económica y del Consumidor | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|---|---------------|
| Ciencia de Datos para el Marketing Digital | 6 |
| Investigación Experimental y Neuromarketing | 6 |
| Prácticas en Empresas | 6 |

OPTATIVAS Itinerario Comercio y Distribución

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|--|---------------|
| Comercio Electrónico | 6 |
| Geomarketing | 6 |
| Merchandising | 6 |
| Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|--|---------------|
| Planificación y Gestión de la Cadena de Suministro | 6 |
| Recursos Humanos y Experiencia de Compra | 6 |
| Prácticas en Empresas | 6 |

OPTATIVAS Itinerario Comunicación en Marketing

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|----------------------------------|---------------|
| Creatividad Publicitaria | 6 |
| Diseño Gráfico para el Marketing | 6 |
| Marketing de Contenidos | 6 |
| Comunicación Corporativa | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|---|---------------|
| Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa | 6 |
| Imagen y Reputación Corporativa | 6 |
| Prácticas en Empresas | 6 |

OPTATIVAS No Ligadas a Ningún Itinerario

Primer Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|---------------------------------------|---------------|
| Marketing Internacional | 6 |
| Marketing Turístico | 6 |
| Análisis del Entorno y la Competencia | 6 |

Segundo Semestre

| ASIGNATURAS | Créditos ECTS |
|-------------|---------------|
| Sociología | 6 |
| Econometría | 6 |

