

- Habilidades sociales que les permitan trabajar en grupos en el seno de las empresas e instituciones o construir y desarrollar sus propias empresas de servicios de marketing.
- La importancia del potencial que tienen las estrategias de marketing para el ámbito de las pequeñas y medianas empresas.

## 5 | ¿por qué estudiar el grado EN LA UCA?

- Formación teórica y práctica con amplios conocimientos de las funciones que se realizan en el sistema comercial y capacidades para desarrollar la actividad laboral en el entorno empresarial.
- Un equipo de profesores con una sólida formación en los estudios de marketing y las nuevas metodologías de la enseñanza.
- Actividades extra-académicas de formación: conferencias, charlas, seminarios, asistencias a festivales, participación en concursos, etc. Puedes consultar nuestro facebook: [www.facebook.com/marketingUCAjerez](http://www.facebook.com/marketingUCAjerez)
- Prácticas profesionales en empresas en el ámbito de marketing.
- Movilidad internacional y nacional. La posibilidad de cursar parte de los estudios en universidades europeas (Erasmus) o españolas (Sicue).
- Un campus con modernas instalaciones de fácil acceso y más de 400 plazas de aparcamiento propio.
- Instalaciones deportivas (pista de jogging, pistas de pádel, piscina cubierta, zona de musculación, etc.).



UCA  
Universidad  
de Cádiz



info

🏠: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Campus de Jerez)

☎: +34 956 037 100

✉: [facultad.ccsociales@uca.es](mailto:facultad.ccsociales@uca.es)

🌐: <http://ccsociales.uca.es/>

💬: [www.facebook.com/marketingUCAjerez](http://www.facebook.com/marketingUCAjerez)



Grado en  
MARKETING E  
INVESTIGACIÓN  
DE MERCADOS

# 1 | estructura de las ENSEÑANZAS

El número total de créditos que tiene que cursar el alumnado es de 240 en cuatro cursos. Las materias se organizan de la siguiente forma:

- Formación básica: 60 créditos.
- Materias obligatorias: 108 créditos.
- Materias optativas: 66 créditos.
- Trabajo Fin de Grado: 6 créditos.

# 2 | salidas PROFESIONALES

El objetivo del título consiste en formar a futuros profesionales en:

- **Marketing.** Gestión comercial, consultoría y asesoría comercial, desarrollo de bienes, servicios e ideas, responsable de políticas de precio, distribución y comunicación comercial. Gestión de fuerzas de ventas y logística.
- **Investigación de mercados.** Analizar las opiniones, los valores y las actitudes de los consumidores, así como las posiciones y las dinámicas de los diferentes actores del entorno económico. Definir escenarios de negocio, evaluar objetivos, diseñar estrategias y políticas comerciales. Supervisar y controlar los indicadores económicos y sociales para la toma de decisiones.

Las tecnologías de la información y la comunicación

están revolucionando la relación entre empresa y cliente, eje principal sobre el que deben girar las empresas. Por este motivo, el marketing se presenta como disciplina dinámica, en la que surgen nuevas oportunidades de empleo como es el caso de gestor de redes sociales, director de marketing online, asesor freelance, etc.

# 3 | ¿qué cualidades SON NECESARIAS?

El perfil de estudiantes de marketing es un alumnado interesado en las marcas, la comunicación y el entorno empresarial. Inquieto por conocer y flexibles para adaptarse a nuevas situaciones.

En el marketing primará tanto la creatividad como la visión estratégica, el manejo de las nuevas tecnologías aplicadas a los sistemas de información, las habilidades financieras, la gestión de equipos y la toma de decisiones.

El estudiante debe tener interés por la economía, la empresa y su gestión, por comprender el funcionamiento de los mercados, el derecho, y por los fenómenos socioeconómicos y sus interrelaciones. Además, debe tener facilidad para la contabilidad, el análisis de problemas, su diagnóstico y la proposición de soluciones, además de capacidad analítica, de síntesis, interés por las cuestiones sociales y políticas, dominio del razonamiento verbal y una amplia visión del mundo.

Asimismo, es importante para el profesional del marketing el conocimiento del inglés.

# 4 | ¿qué conocimientos tendré cuando TERMINE EL GRADO?

- Conocimientos del funcionamiento de la empresa y la economía.
- Competencias para tomar decisiones de marketing en el seno de las empresas y organizaciones no lucrativas, con conocimientos básicos de las diferentes funciones empresariales además de la de marketing.
- Utilización de las herramientas necesarias para analizar los mercados mediante la investigación comercial y comprender el comportamiento de los consumidores.
- Diseño y gestión de estrategias de productos, precios, distribución y comunicación necesarias para desarrollar un plan de marketing.
- Destrezas y valores para que puedan desempeñar las funciones propias del marketing en entornos diversos y cambiantes, considerando el desarrollo de la nueva sociedad de la información en el que deberán integrarse.

