

[ **Grado en**

Marketing e  
Investigación de  
Mercados ]

 **UCA** | Universidad  
de Cádiz

**Facultad de Ciencias Sociales  
y de la Comunicación**

Avenida de la Universidad, s/n  
11405 - Jerez de la Frontera (Cádiz)  
956037118

*facultad.ccsociales@uca.es*  
<http://ccsociales.uca.es>

# Itinerario Curricular

## PRIMER CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31307001	Derecho / Derecho Empresarial I (FB. Formación Básica)	6
31307002	Economía / Economía (FB)	6
31307004	Empresa / Introducción a la Economía de la Empresa (FB)	6
31307005	Empresa / Introducción a las Finanzas Empresariales (FB)	6
31307008	Matemáticas / Matemáticas (FB)	6
31307003	Economía / Microeconomía (FB)	6
31307006	Empresa / Fundamentos de Contabilidad Financiera (FB)	6
31307007	Empresa / Introducción al Marketing (FB)	6
31307009	Estadística / Estadística (FB)	6
31307010	Historia / Historia Económica	6

## SEGUNDO CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31307011	Estadística / Estadística Avanzada (OB. Obligatoria)	6
31307012	Economía / Macroeconomía (OB)	6
31307013	Empresa / Dirección de Empresas (OB)	6
31307014	Derecho / Derecho Empresarial II (OB)	6
31307015	Empresa / Dirección de Marketing (OB)	6
31307017	Empresa / Comportamiento del Consumidor (OB)	6
31307020	Empresa / Marketing No Lucrativo (OB)	6
31307026	Economía / Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico (OB)	6
31307027	Estadística / Métodos Estadísticos Multivariantes (OB)	6
31307035	Sociología / Sociología y Técnicas Cualitativas de Investigación Aplicadas al Consumo. (OP. Optativa)	6
31307041	Creatividad y Casos Prácticos en Marketing (OP)	6

## TERCER CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31307016	Empresa / Precio y Producto (OB)	6
31307018	Empresa / Investigación de Mercados I (OB)	6
31307022	Empresa / Distribución Comercial I (OB)	6
31307024	Empresa / Comunicación Comercial I (OB)	6
31307033	Economía / Métodos Económicos para la Investigación de Mercados (OP)	6
31307019	Empresa / Investigación de Mercados II (OB)	6
31307021	Empresa / Marketing Sectorial (OB)	6
31307023	Empresa / Distribución Comercial II (OB)	6
31307025	Empresa / Comunicación Comercial II (OB)	6
31307032	Redes de Computadoras y Aplicaciones de Comunicación (OP)	6
31307042	Trade Marketing (OP)	6
31307045	Gestión y Procesos de Datos (OP)	6

## CUARTO CURSO

Código	Asignatura	Créditos
31307036	Empresa / Creación de Empresas (OB)	6
31307038	Trabajo Fin de Grado (OB)	6
31307028	Idioma / Inglés Aplicado al Marketing (OP)	6
31307029	Empresa / Fuerza de Ventas (OP)	6
31307030	Empresa / E – Marketing (OP)	6
31307037	Prácticas en Empresa (OP)	12
31307039	Psicología / Habilidades Comunicativas, Emocionales y de Negociación (OP)	6
31307031	Empresa / Fundamentos de Marketing Internacional (OP)	6
31307034	Empresa / Dirección de Sistemas de Información de Marketing (OP)	6
31307040	Sociología / Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales (OP)	6
31307043	Plan de Marketing (OP)	6
31307044	Herramientas de Marketing Digital (OP)	6
31307046	Herramientas Informáticas para la Publicación Web (OP)	6

La optatividad contempla igualmente la previsión del Art. 12.8 del RD 1393/2007, según la cual el alumno puede cursar hasta 6 créditos por reconocimiento de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación.

## Módulos

M1	Formación Básica en Economía y Empresa (60 Créditos)
M2	Ampliación de Economía y Estadística (12 Créditos)
M3	Organización de Empresas (6 Créditos)
M4	Derecho Empresarial (6 Créditos)
M5	Dirección Comercial (12 Créditos)
M6	Análisis e Investigación de Mercados (18 Créditos)
M7	Marketing Sectorial (12 Créditos)
M8	Distribución Comercial (12 Créditos)
M9	Comunicación Integrada del Marketing (12 Créditos)
M10	Análisis del Entorno Económico (6 Créditos)
M11	Métodos Cuantitativos (6 Créditos)
M12	Ampliación en Marketing (30 Créditos)
M13	Ampliación de Formación en Investigación de Mercados (18 Créditos)
M14	Proyección Profesional (36 Créditos)

## Estructura del plan – 4 años – 240 créditos

Curso	Tipo de materia	Créditos
1°	Formación Básica	60
2°	Obligatorias / Optativas	60
3°	Obligatorias / Optativas	60
4°	Obligatorias / Optativas	54
	Trabajo Fin de Grado	6

## Distribución global de los créditos

Tipo de materia	Créditos	Porcentaje
Formación Básica:	60	25%
Obligatorias	114	47,5%
Optativas:	60	25%
Trabajo Fin de Grado:	6	2,5%

# Objetivos del título

- Dotar a los estudiantes de la formación necesaria en el funcionamiento de la empresa y las relaciones económicas.
- Formar a profesionales con 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.
- Capacitar a los estudiantes de este grado para que manejen las herramientas necesarias para analizar los mercados mediante la investigación comercial y comprender el comportamiento de los consumidores.
- Enseñar a los futuros egresados los contenidos necesarios para aprender a diseñar y gestionar las estrategias de productos, precios, distribución y comunicación necesarias para desarrollar un plan de marketing.
- Transmitir a los alumnos destrezas y valores para que puedan desempeñar las funciones propias del marketing en entornos diversos y cambiantes.
- Dotar a los futuros egresados de competencias y 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.

- Transmitir a los futuros profesionales de marketing la importancia del potencial que tienen las estrategias de marketing para el ámbito de las Pequeñas y Medianas Empresas.
- Facilitar la inserción laboral de los estudiantes en el mercado con una comprensión amplia de las funciones que se realizan en el subsistema comercial y su imbricación con el resto de subsistemas de la empresa y las relaciones con otros profesionales no expertos en marketing.
- Introducir a los alumnos en el social media marketing, dotándolos de los conocimientos básicos para desarrollar estrategias y acciones de marketing en el entorno digital y adquiriendo las capacidades necesarias para desarrollar planes de marketing digital.

El graduado será un profesional con capacidad y competencias para desarrollar su actividad profesional en departamentos de marketing y comunicación tanto de grandes como de pequeñas organizaciones, agencias de marketing y comunicación, asesorías de marketing, agencias y asesorías de marketing digital, en las que podrán desarrollar estrategias de marketing tanto tradicionales como digitales, acorde con las necesidades del mercado y el comportamiento ético que demanda la sociedad.

**Facultad de Ciencias Sociales  
y de la Comunicación**

Avenida de la Universidad, s/n  
11405 - Jerez de la Frontera (Cádiz)  
956037118

*facultad.ccsociales@uca.es*  
<http://ccsociales.uca.es>