

## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

| BLOQUES / COMPETENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | DISTRIBUCION DE MATERIAS EN EL TITULO                           |  | CONTENIDOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bloque I – Formación Empresarial Básica</b><br>Contiene las competencias básicas del sector empresarial que un estudiante necesita para conocer y comprender el funcionamiento de los diferentes subsistemas de la empresa en el que se inserta el subsistema comercial en el Módulo de Formación Básica en Economía y Empresa<br><br>- Conocer los conceptos básicos de Economía y Derechos<br>- Aplicar los conceptos básicos de Empresa.<br>- Conocer y aplicar los conceptos básicos de Matemáticas y Estadística.<br>- Conocer y ser capaz de analizar los procesos de dirección de empresas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>Derecho empresarial</b>                                      |  | Introducción al Derecho Mercantil., Civil y del Trabajo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Economía</b>                                                 |  | Principales aspectos de la ciencia económica. Microeconomía y Macroeconomía.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Introd. a la economía de la empresa</b>                      |  | La empresa y el empresario. La empresa como sistema. Dirección de la empresa. Análisis de las funciones de planificación, gestión, organización, dirección y control.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Introd.a las finanzas empresariales</b>                      |  | Operaciones financieras de capitalización y descuento. Las rentas financieras. El subsistema financiero de la empresa. Fondo de rotación. Evaluación de un proyecto de inversión.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Contabilidad financiera</b>                                  |  | Fundamentos conceptuales relacionados con la estructura patrimonial y el resultado contable. Marco normativo de la contabilidad financiera. Las cuentas anuales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Introducción al marketing</b>                                |  | Conceptos básicos de Marketing. Función del Marketing. Concepto y clasificación del mercado. Introducción al diseño del marketing-mix: producto, precio, distribución y comunicación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Matemáticas</b>                                              |  | Matrices, sistemas y diagonalización. Funciones de una variable, continuidad y derivabilidad. Integral definida. Introducción a las funciones de dos variables. Aplicaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Estadística</b>                                              |  | Cálculo de probabilidades. Contraste de hipótesis. Modelos de inferencia estadística. Modelos de Regresión. Relación con los usos en la investigación de mercados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Historia económica</b>                                       |  | La Revolución Industrial. Fluctuaciones y crisis de las economías industrializadas. Reconstrucción, desarrollo y crisis de las economías.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Bloque II- Formación en Marketing</b><br><br>Se corresponde con los contenidos necesarios para obtener una formación básica en marketing y se desarrolla una vez que el alumno conoce y es capaz de entender el funcionamiento básico de los diferentes subsistemas de la empresa<br><br>- Comprender los límites, las dinámicas del mercado y la organización interna de las organizaciones<br>- Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.<br>- Ser capaz de gestionar la función de ventas en las organizaciones<br>- Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.<br>- Conocer el papel y la importancia de la comunicación integrada del marketing.<br>- Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial y de la comunicación comercial.<br>- Capacidad para gestionar estratégicamente recursos tecnológicos avanzados (CRM, KM, Business Intelligence, ERPs, Data Warehouse, Data Mining, Workflows, etc.) en el área de marketing.<br>- Capacidad de desarrollar herramientas básica de marketing en la web.<br>- Capacidad de analizar un mercado internacional | <b>Dirección de empresas</b>                                    |  | Fundamentos de dirección Habilidades directivas Enfoque estratégico de la dirección Sistemas y técnicas de apoyo a la dirección                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Dirección de Marketing</b>                                   |  | La dirección de marketing. Identificación de las oportunidades de mercado. El proceso estratégico de marketing. Plan de marketing: Estrategias, Planificación, ejecución y control.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Precio y producto</b>                                        |  | La planificación de producto en la gestión comercial. Análisis del producto. Cartera, líneas, gamas. Elementos de identificación del producto. Gestión de marcas y packaging. Creación y desarrollo de nuevos productos. Gestión comercial de precios. Estrategias. Métodos de fijación de precios. Aspectos legales del precio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Marketing sectorial</b>                                      |  | Identificación de los procesos de Marketing en los diferentes sectores. Diseño de un Plan de Marketing adaptado a alguno de los sectores. Establecimiento de estrategias de marketing en función de las diferentes figuras que interactúan en las escalas sectoriales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Marketing no lucrativo</b>                                   |  | El marketing lucrativo y no lucrativo. El enfoque de marketing no lucrativo para abordar los problemas sociales. El diagnóstico de la situación. Comportamiento del público objetivo. Objetivos y metas de las campañas no lucrativas. Especialidades en marketing no lucrativo: género e igualdad, medioambiente, salud, discapacidad, otras especialidades.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Distribución comercial</b>                                   |  | Historia, evolución y nuevas tecnologías en la distribución. La Distribución como variable del marketing. Los Canales de Distribución. El comercio asociado y la franquicia. Canales de venta sin establecimiento Estrategias de Distribución. Gestión de las relaciones en el Canal. Gestión de la cadena de valor y de suministros. Gestión de tiendas. El Merchandising.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Comunicación comercial</b>                                   |  | La Comunicación Comercial como variable de Marketing. El Proceso de Comunicación. La Estrategia de Comunicación en las Organizaciones. Investigación de Medios de Comunicación. Técnicas de Medición on-line. Planificación de Medios de Comunicación. El Sistema Publicitario. Formas de comunicación no convencionales. Relaciones Públicas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Inglés aplicado al Marketing</b>                             |  | Ampliar conocimientos sobre el ámbito profesional del marketing en las relaciones internacionales, sobre todo las referidas a los países anglófonos. Desarrollar destrezas referidas al establecimiento y al desarrollo productivo de acciones, comunicaciones y relaciones que puedan darse en estos ámbitos como resultado de la existencia del Espacio Europeo.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Fuerza de ventas</b>                                         |  | La venta personal en el entorno del marketing. La fuerza de ventas: clasificación de sus componentes, funciones. Factores que influyen en el rendimiento del personal de ventas. El proceso de ventas. Gestión del equipo de ventas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Bloque III.- Formación en Investigación de Mercados</b><br>La investigación de mercados supone un aspecto más del marketing, adquiere una especial relevancia como instrumentoc que abarca las competencias relacionadas con los mercados y el comportamiento de los consumidores.<br><br>- Conocer y ser capaz de aplicar las herramientas básicas de naturaleza cuantitativa para el diagnóstico empresarial.<br>- Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del marketing.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>Introducción al e-marketing</b>                              |  | Comercio electrónico, marketing digital y marketing viral. Publicidad interactiva: Feedback y fidelización Multimedia: televisión, vídeo, audio y animaciones. Integración: mobile marketing Modelos de negocio 2.0. Redes sociales: perfiles de internautas, marcadores sociales, agregadores y feeds                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Fundamentos de Marketing Internacional</b>                   |  | Evolución del Comercio Internacional. Teorías del Comercio Internacional.Tratados Internacionales de Comercio. Selección de Mercados. Análisis de Segmentos Internacionales. Investigación de Mercados Internacionales. Estrategias de Marketing internacional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Redes de computadoras y aplicaciones de comunicación</b>     |  | La comunicación en redes de ordenadores: fundamentos y servicios. Aplicaciones para Internet. Seguridad y privacidad. Protocolos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Comportamiento del consumidor</b>                            |  | Los procesos de decisión de compra y consumo. Modelos de comportamiento del consumidor. Comportamiento de compra de las organización.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Investigación de mercados</b>                                |  | El proceso de investigación de mercados Las fuentes de información Métodos de obtención de la información Realización de cuestionarios Cuantificación de la información. Las escalas de medición La ética en la investigación de mercados. El muestreo aplicado a la investigación de mercados La tabulación y codificación de la información El análisis de la información. Interpretación de los resultados. Elaboración de informes La investigación de mercado en las PYMES.                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Análisis del entorno económico</b>                           |  | Los indicadores económicos. Las series económicas y sus componentes. Predicciones a corto plazo. Las relaciones entre variables. Introducción al análisis input-output.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Métodos estadísticos multivariantes</b>                      |  | Estadística descriptiva multivariante. Análisis de regresión con variable dependiente cualitativa o cuantitativa: modelo lineal, Logit y Probit. Análisis discriminante. Análisis de conglomerados (Cluster). Técnicas de reducción de dimensión. Técnicas de muestreo. Software para la aplicación de dichos métodos.Introducción al análisis económico cuantitativo Planteamiento y especificación de modelos para la investigación de mercados. Modelos econométricos. Métodos clásicos o deterministas de series temporales para la predicción de variables económicas.Métodos estocásticos de series temporales para la predicción de variables económicas |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Creación de empresas</b>                                     |  | Importancia del fenómeno emprendedor y función del emprendedor. Detección, generación y análisis de oportunidades de negocio: la innovación como fuente de ventajas competitivas Identificación de recursos, organización, planificación e implantación del proyecto empresarial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Práctica en empresas</b>                                     |  | Prácticas en empresas propias del marketing o la investigación de mercados en cualquiera de sus variables.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Bloque IV.- Proyección Profesional</b><br><br>Tiene como objetivo acercar a los estudiantes al mundo laboral.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Trabajo fin de grado</b>                                     |  | Investigación expresada en un informe final acerca de un tema relacionado con el marketing o la investigación de mercados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Habilidades comunicativas, emocionales y de comunicación</b> |  | Inteligencia emocional. Habilidades comunicativas. Procesos de desarrollo de la capacidad de interacción y trabajo proactivo. Capacidad de negociación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Sociología del trabajo y de las relaciones laborales</b>     |  | El contexto del trabajo y las relaciones laborales. Igualdad y no discriminación por género o cualquier otra condición. Trabajo asalariado, relaciones y contenido. La dinámica del mercado laboral.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |