



Preparados para venderse en el mundo del marketing

No existía como carrera, pero el nuevo Espacio Superior Europeo abrió el camino para que se creara un grado de Marketing. Así, ahora los estudiantes no tienen que hacer un máster para especializarse en esta disciplina, sino que pueden realizar directamente a la carrera, que además se ofrece en las universidades españolas sola o con distintas especialidades: Marketing, Marketing e Investigación de Mercados, Marketing y Dirección Comercial... Estos nuevos grados y el enfoque más práctico con el que se plantean actualmente este tipo de estudios, hacen que los alumnos salgan hoy día de la universidad listos para empezar a «publicitar» su currículum.

Mónica Ortega Menéndez

E S uno de los estudios en expansión en todo el territorio nacional y la alta demanda ha hecho que cada vez más universidades españolas, tanto públicas como privadas, lo hayan incluido en su oferta académica en los últimos años.

El objetivo del grado de Marketing e Investigación

de mercados es preparar profesionales sólidos y versátiles, capaces tanto de desarrollar una variada gama de funciones de dirección y gestión de marketing en cualquier institución pública o privada, como de encargarse

«Este es un sector en crecimiento continuo, en el que día a día aparecen nuevas oportunidades»

de funciones específicas de investigación comercial o de mercados, o de iniciar su propio negocio.

Contenidos

El grado de Marketing e investigación de mercados proporciona un conocimiento amplio del área de valor de marketing, de la empresa u organización, y tam-

La carrera al desnudo

■ **Área:** Ciencias sociales y jurídicas.

■ **Titulación:**

En la titulación se adquieren conocimientos de análisis y técnicas de investigación de mercados, fuentes de información, comportamiento del consumidor, campañas de publicidad y promoción comercial, distribución comercial, estrategias de marketing de productos y precios y de nuevas tendencias en marketing.

■ **Acceso:**

- Haber obtenido el título de bachillerato o equivalente y haber superado la prueba de acceso a la universidad (PAU), más conocidas como selectividad.
- Tener un título de FP de grado superior.
- Haber aprobado la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años.
- Tener un título universitario español o de países suscritos al EEES.
- Tener la homologación ministerial a título universitario oficial español o una convalidación parcial, a titulaciones españolas, de estudios ajenos al EEES.

■ **Estudios afines:**

Dentro del marco general de adaptación de la enseñanza universitaria al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), los estudios de economía y empresa desarrollan desde el curso académico 2009-2010 los grados de Administración y Dirección de empresas, Marketing e Investigación de mercados y Turismo.

Estos grados comparten el conjunto de créditos básicos (60 créditos ECTS) que están vinculados a las materias básicas de la rama de conocimiento de las ciencias sociales y jurídicas a la cual se adscriben. Los créditos básicos tienen un carácter elemental y transversal para la formación de los estudiantes de las titulaciones de este ámbito de conocimiento, y el hecho de que sean idénticos facilita e incentiva la movilidad de los estudiantes entre estos programas. Así, algunos grados que se enmarcan en la misma rama de conocimiento son Derecho, Comunicación, Información y Documentación y Educación Social.

■ **Centros en los que se imparte:**

- Marketing: Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Universidad de Murcia, ESERP, Universidad Cardenal Herrera CEU, Universidad del País Vasco, Escuela de Negocios ITAE.
- Marketing e Investigación de Mercados: Universidad de Almería, Universidad de Cádiz, Universidad de Granada, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla, Universidad de Valladolid, Universidad de Zaragoza y Universidad Oberta de Catalunya.
- Marketing y Comunicación Comercial: Universidad Nebrija,
- Marketing y Dirección Comercial: Universidad Europea de

Madrid, Universidad Alfonso X El Sabio.

- Marketing y Gestión Comercial: CEU Universidad San Pablo.

■ **Competencias:**

Durante el desarrollo del grado, se establece como objetivo la adquisición de las siguientes competencias:

1. Liderar desde un enfoque ético integral y de responsabilidad social proyectos y equipos valorando el impacto de sus decisiones en los beneficios, el mercado, las personas y la sociedad.
2. Analizar el entorno económico, legal y tecnológico de un sector y realizar una evaluación y planificación estratégica a medio y largo plazo utilizando las herramientas de referencia existentes.
3. Dominar las nuevas tendencias y prácticas empresariales de las políticas de responsabilidad social corporativas y ser capaz de definir y comunicar una política de responsabilidad social corporativa propia para cada negocio.
4. Asumir las competencias propias de un directivo: liderazgo, inteligencia emocional, habilidades comunicativas, gestión de equipos, trabajo en grupo, planificación, resolución de conflictos, negociación y orientación a resultados, siempre desde un enfoque responsable y bajo una perspectiva multicultural respetando la diversidad.
5. Dominar los conceptos para interpretar los mercados internacionales y la influencia de la globalización para evaluar las oportunidades y los riesgos de nuevos negocios. Conocer las herramientas de diseño y planificación estratégica, así como ser capaz de seleccionar, defender y poner en marcha
6. Dominar las herramientas para segmentar y encontrar nuevas oportunidades de negocio y/o actividad para su empresa o institución, así como diseñar un plan de marketing, implantarlo y controlarlo
7. Conocer las mejores prácticas y dominar las técnicas para posicionar, crear y construir marcas fuertes
8. Dominar y conocer las estrategias de comunicación externa en los distintos medios, ser capaz de realizar una plan de comunicación alineado con la estrategia del negocio. Además ser capaz de analizar las mejores estrategias y establecer un grupo de escenarios para garantizar los procesos de toma de decisiones.
9. Acometer proyectos innovadores que potencien el trabajo en equipo, la capacidad innovadora y generar y compartir el conocimiento y la experiencia.

■ **Salidas profesionales:**

- Departamentos de marketing.
- Investigación de mercados.
- Publicidad.
- Marketing promocional y directo.
- Agencias de compras.
- Atención al cliente.
- Distribución comercial y ventas.
- Dirección comercial.



bién de las funciones específicas de investigación de mercados, market intelligence y distribución comercial. Además, ofrece la posibilidad de profundizar en las competencias relacionadas con la dirección de la comunicación integrada en el marketing, la dirección de iniciativas de negocio y comercio electrónicos, el

desarrollo internacional del negocio y la dirección comercial o de ventas.

Funciones

El graduado de Marketing e Investigación de Mercados tiene que ser capaz de entender el funcionamiento del entorno económico en general y las empresas y los mercados en particular, analizar la información necesaria para tomar decisiones empresariales óptimas en condiciones de incertidumbre, fijar objetivos y establecer estrategias y evaluar críticamente los resultados obtenidos.

Además, debe utilizar los conceptos y las técnicas empleados en áreas de valor de la empresa diferentes de las de

marketing y entender las relaciones que se establecen entre las áreas, por una parte, y entre las áreas y los objetivos generales de la organización y la evolución del entorno, por otra.

Este conjunto de competencias tienen que reforzarse con la capacidad de administrar y utilizar

correctamente las tecnologías de la información más adecuadas para el conocimiento del mercado.

En este aspecto Paula Rodríguez, estudiante de Investigación y Técnicas de Mercado (Marketing) en la Universidad de León apunta: «Nuestra titulación está más orientada a la investigación de mercados, por lo que en este ámbito sí disponemos de conocimientos para empezar. Pero quizá nos falten esos contenidos de actualidad relacionados con las nuevas tecnologías que van surgiendo, debido al gran dinamismo de este sector. Por ello, la formación debe seguir, ya



que en otro caso será difícil mantenerse en el sector». Y es que quienes quieran dedicarse al Marketing deben saber que tendrán que ser profesionales en constante proceso de formación de programas informáticos, técnicas novedosas, etc.

Respecto al perfil del alumno que pueda encajar con todas las funciones que hemos comentado Paula señala: «Tiene que ser una persona abierta y extrovertida, con capacidad para hablar en público. Y tener creatividad y ganas de aprender».

Salidas profesionales

Las principales salidas profesionales de este grado están orientadas al ejercicio de cargos de responsabilidad en el ámbito del marketing en el mundo de las empresas y las organizaciones y al ejercicio libre de la profesión. Estas son algunas:

Dirección estratégica: staff de dirección estratégica, adjunto de dirección.

Dirección de marketing: marketing assistant, product manager, brand manager, responsable de dirección estratégica de marketing, director de marketing, consultor de marketing.

Canales de distribución: especialista en canales, category manager, director de trade marketing, responsable de centro comercial.

Dirección de la comunicación integrada en el marketing: especialista en comunicación de marketing, responsable de comunicación de marketing, ejecutivo de cuentas, planificador de cuentas.

Investigación comercial: analista en market intelligence, analista de bases de datos de marketing, director de market intelligence, consultor de investigación de mercados, analista de investigación de mercados, responsable de proyectos de investigación de mercados.

Marketing global: analista de mercados globales, director de exportación, responsable de desarrollo internacional del negocio.

Marketing y comercio electrónico: técnico de marketing en línea, responsable de marketing en línea, director de CRM.

Dirección comercial: técnico comercial, inspector de ventas, jefe de equipo, jefe de ventas, delegado comercial, director comercial.

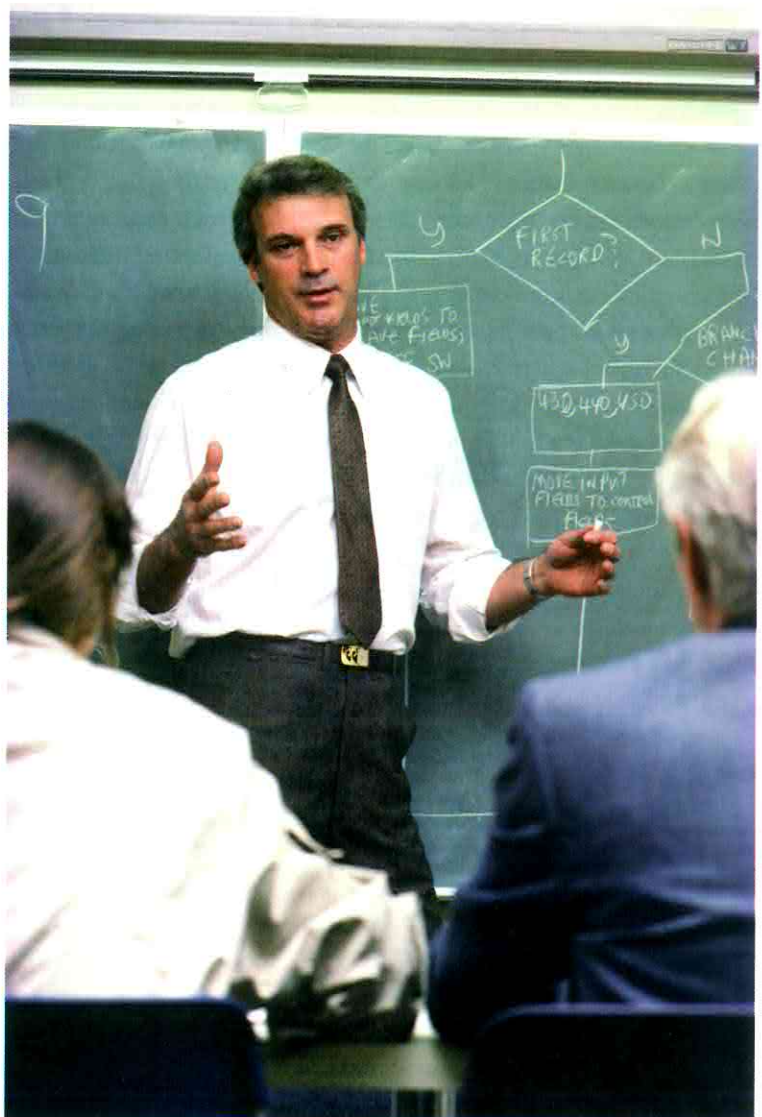
Iniciativa emprendedora: emprendedor, asesor de emprendeduría.

No obstante este es uno de esos ámbitos en los que siempre surgen nuevas opciones laborales y además

siempre está la posibilidad de trabajar en otros países, ya que está muy internacionalizado. En el caso de Paula Rodríguez ella asegura: «Creo que este es un sector

«El marketing y la dirección comercial también se encuentran afectados por la crisis, pero en menor medida»

en crecimiento continuo, en el que día a día aparecen nuevas oportunidades. En principio no tengo pensado irme fuera a trabajar, pero si tuviera la necesidad lo haría. *





EMILIO JIMÉNEZ, DIRECTOR DE ÁREA DE EMPRESA DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

«El objetivo es formar profesionales con una alta empleabilidad»»

EN la Universidad Europea de Madrid ofertan el grado de Marketing y Dirección Comercial, de cuatro años de duración, que se imparte en inglés y español. Además, a través de la Red Universidad, a la que pertenece esta universidad, los alumnos pueden realizar una estancia semestral en cualquiera de las instituciones académicas que la red tiene distribuidas por todo el mundo. Esta vocación internacional queda también reflejada en la composición del claustro, en los profesores invitados y en un alumnado procedente de todo el mundo, que forman un ambiente abierto y cosmopolita.

Respecto a la modalidad de estudio los alumnos pueden elegir presencial y/o virtual. El grado está adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior y basa su plan de estudios en una fuerte conexión con el mundo profesional.

Hoy Emilio Jiménez, director del Área de Empresa de la Universidad Europea de

Madrid nos acerca a la realidad de esta carrera y a las opciones de futuro que pueden tener quienes la realicen.

—¿Cuáles son los principales objetivos generales del Grado en Marketing y dirección Comercial?

Se trata de un grado orientado a proyectos empresariales relacionados con el Marketing y la Dirección Comercial, adaptada al Espacio Europeo de Educación Superior, y que basa su plan de estudios en una fuerte conexión con el mundo profesional.

«Damos la posibilidad de realizar estancias internacionales y dobles titulaciones en todo el mundo»»

El principal objetivo es formar profesionales del Marketing con una alta empleabilidad.

—¿Por qué se ha optado en la UEM por un enfoque de los estudios hacia

la Dirección Comercial? ¿Qué valor añadido aporta al estudiante?

El Grado en Marketing y Dirección Comercial responde de forma efectiva a las necesidades que plantean las empresas en la actualidad en el ámbito comercial y del marketing.

Un aprendizaje intenso en las competencias y habilidades necesarias para ser un profesional internacional, resolutivo y plenamente adaptado al mundo de los negocios. Damos al alumno la posibilidad de realizar estancias internacionales y dobles titulaciones en

numerosas universidades de todo el mundo.

—¿Cómo se estructura el plan de estudios?

Son cuatro años de formación sólida empresarial y específica en Marketing.

—¿Cuáles considera que son las asignaturas más importantes? ¿Y las más difíciles?

Sin ninguna duda las asignaturas más importantes son las prácticas profesionales. Son obligatorias y son donde el alumno pone en valor todos los conocimientos y competencias desarrollados en el grado. Además tenemos asignaturas como "Marketing Factory" y "Trabajo Fin de Grado" en los que se desarrollan planes de marketing para empresas reales.

Como asignaturas más difíciles destacaría a priori matemáticas y econometría, pero una vez que los alumnos empiezan a cursarlas se dan cuenta de sus aplicaciones y no les resultan más complicadas que las demás.

—¿Qué cualidades y habilidades debe reunir el estudiante de este grado?

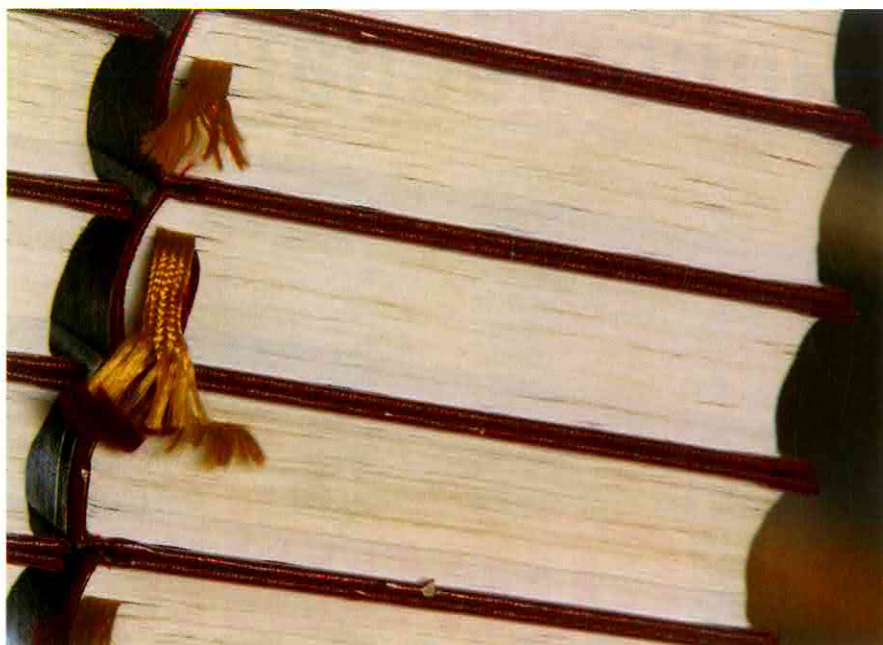
Deberán ser personas con una cierta inquietud por el mundo comercial y del marketing. No se necesitan unas habilidades especiales, ya que durante el grado los profesores se encargan de desarrollar en ellos las competencias necesarias para el desarrollo óptimo de su profesión

—¿Qué posibilidades de prácticas se ofrecen a los alumnos?

Las prácticas son proporcionadas por la universidad atendiendo a las capacidades y gustos del alumno en alguna de las más de 1.000 empresas españolas e internacionales con las que tenemos convenios.

—¿Cuáles considera que son las principales salidas profesionales?

- Directivo en los distintos departamentos o áreas relacionadas con el Marketing y/o la Dirección Comercial (analista de investigación de mercados, consultor comercial, director de comunicación corporativa, director de Marketing, etc.)
- Emprendedor de proyectos innovado-



res y creativos en departamentos de marketing o en proyectos empresariales propios.

—¿Es un buen momento para estudiar Marketing y Dirección Comercial? ¿Cómo ve el presente y futuro del sector?

Siempre es un buen momento para estudiar. La tasa de desempleo entre las personas con formación universitaria está muy por debajo de la media nacional.

El marketing y la dirección comercial también se encuentran afectados por la crisis española, pero en menor medida. ✧

PLAN DE ESTUDIOS

Primer curso: Contabilidad financiera I, Contabilidad financiera II, Análisis del entorno económico, Matemáticas empresariales, Administración de empresas y Fundamentos del marketing, Contabilidad Financiera II.

Segundo curso: Contabilidad de costes, Instrumentos de marketing, Dirección de personas, Operaciones Societarias, Sistemas impositivos y Organización industrial.

Tercer curso: Econometría, Distribución comercial, Marketing estratégico, Marketing de producto y marca, Técnicas de venta, Marketing de precios.

Cuarto curso: Comunicación Comercial, Investigación y Técnicas de Mercado I, Investigación y Técnicas de Mercado I, Dirección de Ventas, Simulación Comercial, Investigación y Técnicas de Mercado II, Investigación y Técnicas de Mercado II, Marketing Internacional, Prácticas externas I, Prácticas externas II, Trabajo Fin de Titulación: Plan de Marketing.

El alumno tiene la posibilidad de cursar el 50 o el 75% de las asignaturas del grado en lengua inglesa.