

SALIDAS PROFESIONALES

El/la graduado/a logra un perfil multidisciplinar con un conocimiento profundo del entorno legal, económico y social, siendo personas adecuadas para trabajar tanto en cualquier sector de la Administración Pública como en el sector privado, dada su formación integral.

Esta titulación proporciona una formación interdisciplinar, dotando de conocimientos sobre los métodos y técnicas de gestión, preferentemente dirigida al trabajo que se desarrolla en las distintas Administraciones Públicas. Es interesante tanto para los estudiantes que inician sus estudios universitarios y se interesan por el ámbito de lo público, como para aquellos que ya trabajan en este sector y que buscan posibilidades de promoción interna. Además es una titulación que, por su conocimiento del marco jurídico, económico, contable, estadístico y en lo referente a la administración de empresas y recursos humanos, hace que sean igualmente válidos para el trabajo en la empresa privada. Son especialmente atractivos en consultoras, asesorías, empresas concesionarias de servicios públicos, empresas contratistas de la Administración, fundaciones y ONGs y entidades que en general tengan un contacto continuo con las Administraciones Públicas.



Grado en GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

uma.es

Facultad de Comercio y Gestión
Complejo de Estudios Sociales y Comercio
Campus de Teatinos
29071 Málaga (España)
Telf.: (+34) 951 95 21 50

@destinouma 

@destinouma 

@destinouma.official 



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

¿QUÉ ES?

El Grado en Gestión y Administración Pública es una titulación en la que los estudiantes adquirirán las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar puestos de gestión técnica o superior en la Administración Pública directamente, o bien indirectamente en empresas privadas que trabajan para ella. El contenido de la carrera se basa fundamentalmente en el estudio de la gestión administrativa y financiera, aunque también incluye una amplia gama de materias diferentes que se relacionan con la informática, el derecho, la estadística, la economía, la contabilidad, los recursos humanos, la dirección y planificación de organizaciones, la documentación o la sociología, todas ellas aplicadas al ámbito de las Administraciones Públicas.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CURSO

Primer Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Fundamentos de Economía	6
Fundamentos del Derecho	6
Introducción a la Ciencia Política	6
Introducción a la Contabilidad	6
Introducción a la Estadística	6

Segundo Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Ciencia de la Administración	6
Derecho Constitucional	6
Informática Aplicada a la Gestión Pública	6
Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas	6
Sociología	6

SEGUNDO CURSO

Primer Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Estructura de la Administración Pública	6
Gestión de Datos	6
Hacienda Pública	6
Técnicas de Investigación Social	6
Técnicas y Métodos de Gestión Pública	6

Segundo Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comunicación de las Instituciones Públicas	6
Contabilidad Pública	6
Derecho Patrimonial de las Administraciones Públicas	6
Documentación Administrativa	6
Formas de Acción e Intervención de las Administraciones Públicas	6

TERCER CURSO

Primer Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Contabilidad de Gestión	6
Gestión Presupuestaria	6
Gestión Tributaria	6
Operaciones Financieras en el Sector Público	6
Relaciones Laborales en la Administración Pública	6

Segundo Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Auditoría Pública	6
Estructura Económica	6
Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones Públicas	6
Gestión de Recursos Humanos	6
Sistema e Instituciones Internacionales y Europeas	6

CUARTO CURSO

Primer Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Análisis de Políticas Públicas	6
Hacienda Pública Territorial	6
Optativa 1	6
Optativa 2	6
Prácticas Externas (o materia que la sustituya)	6

Segundo Semestre

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Trabajo Fin de Grado	12
Prácticas Externas (o materias que la sustituyan)	6
Optativa 3	6
Optativa 4	6

OPTATIVAS

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Cooperación al Desarrollo	6
Economía de los Servicios Públicos	6
Políticas Autonómicas y Locales	6
Políticas de Igualdad	6
Administración Electrónica	6
Creación de Empresas	6
Historia de las Administraciones Públicas	6
Historia Económica	6
Marketing Público	6
Políticas Sociales Públicas	6
Administración y Dirección de Servicios Públicos	6
Políticas Medioambientales	6
Prácticas Externas 1	6
Prácticas Externas 2	6



SALIDAS PROFESIONALES

A los futuros Graduados/as en Marketing e Investigación de Mercados se les abre un amplísimo abanico de posibilidades laborales. La formación proporcionada les permitirá ocupar puestos de responsabilidad en la dirección general o los departamentos de marketing de cualquier tipo de empresa, realizando tareas de analistas de mercado, diseñando planes de marketing o determinando las estrategias comerciales, entre otras muchas tareas. Pero también pueden asumir funciones directivas en distintas áreas o departamentos, como la de brand manager o product manager; dirección de publicidad y promoción; dirección de marketing on line; dirección de distribución y logística, director comercial y de ventas, responsable de expansión comercial, funciones directivas en el departamento de marketing internacional, etc. De igual forma se abren grandes posibilidades en el ámbito del ejercicio libre de la profesión, como asesores y consultores de marketing y publicidad, en gabinetes de investigación de mercados o como community manager.

uma.es

Facultad de Comercio y Gestión
Complejo de Estudios Sociales y Comercio
Campus de Teatinos
29071 Málaga (España)
Telf.: (+34) 951 95 21 50

@destinouma 
@destinouma 
@destinouma.official 

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Grado en MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

¿QUÉ ES?

La titulación en Marketing e Investigación de Mercados es un Grado que se incorporó a la oferta de estudios de la Universidad de Málaga en el curso 2010-11, y que hoy en día resulta de gran trascendencia ante el actual entorno económico y empresarial. La enorme competencia y la madurez en la que se encuentran la gran mayoría de los mercados y sectores de actividad hace necesario que las organizaciones incorporen a sus equipos directivos a profesionales del marketing y la investigación de mercados que les proporcionen las herramientas y estrategias necesarias para diferenciar a sus productos y empresas, desarrollar nuevos productos y mercados a los que dirigirse y, en definitiva, que hagan más competitivas a dichas empresas. El Grado en Marketing e Investigación de Mercados te formará y te convertirá en un profesional con capacidad para alcanzar tales objetivos, a través del estudio de la Investigación de Mercados, el Comportamiento del Consumidor, el Análisis de la Competencia, las Estrategias de Productos y Precios, la Gestión de la Comercialización y los Canales de Distribución, o todo lo relativo a las estrategias de publicidad y promoción, tanto a través de los medios tradicionales, como de las nuevas tendencias de la comunicación on-line.

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Fundamentos de Marketing	6
Historia Económica	6
Introducción a la Economía	6
Introducción al Derecho	6
Matemáticas para la Economía y la Empresa	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comportamiento del Consumidor	6
Contabilidad	6
Estadística I	6
Fundamentos de Administración de Empresas	6
Marketing Estratégico y Planificación Comercial	6

SEGUNDO CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Administración de Organizaciones	6
Estadística II	6
Gestión de Producto y Precio	6
Matemáticas de las Operaciones Financieras	6
Microeconomía	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Distribución Comercial	6
Finanzas Aplicadas al Marketing	6
Investigación de Mercados I	6
Macroeconomía	6
Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad	6

TERCER CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comunicación Comercial I	6
Contabilidad de Gestión	6
Dirección de Recursos Humanos	6
Dirección de Ventas	6
Estadística Multivariante	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Creación de Empresas	6
Estructura del Comercio Internacional	6
Investigación de Mercados II	6
Optativa 1	6
Optativa 2	6

CUARTO CURSO

Primer Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comunicación Comercial II	6
Marketing de Servicios	6
Marketing Internacional	6
Optativa 3	6
Optativa 4	6
Segundo Semestre	
ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Trabajo Fin de Grado	6
Prácticas en Empresas (o materias que la sustituyan)	12
Optativa 5	6
Optativa 6	6

OPTATIVAS

ASIGNATURAS	Créditos ECTS
Comercio Electrónico	6
Creatividad Publicitaria	6
Derecho de Consumidores	6
Derecho de Sociedades Mercantiles	6
Dirección de la Producción y las Operaciones	6
Dirección Estratégica	6
Econometría	6
Gestión del Conocimiento	6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	6
Inglés Aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado	6
Investigación Cualitativa	6
Marketing Turístico	6
Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial	6
Merchandising	6
Psicología Económica y del Consumidor	6

