

## QUÉ NECESITO PARA ACCEDER



Los requisitos de acceso son, entre otros, haber superado el Bachillerato y la Prueba de Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad y/o un Ciclo Formativo de Grado Superior.

Los estudiantes que reúnan los requisitos de acceso a la Universidad y quieran mejorar su nota de admisión podrán presentarse a las Pruebas de Admisión pudiendo examinarse de un máximo de cuatro materias. Para ello te aconsejamos que consultes los parámetros de ponderación de cada una de estas materias.

Puedes ampliar la información en:

<http://estudiantes.us.es/grupo-acceso>

[http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovacioncienciayempleo/sguit/documentacion/Parametros\\_2017\\_2018.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovacioncienciayempleo/sguit/documentacion/Parametros_2017_2018.pdf)

## MÁS INFORMACIÓN



<http://www.us.es>

<http://estudiantes.us.es>

<http://cat.us.es>

<http://guiadeestudiantes.us.es>

<https://fceye.us.es/>

[http://www.us.es/estudios/grados/plan\\_180](http://www.us.es/estudios/grados/plan_180)

## DÓNDE ESTAMOS



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Avda. Ramón y Cajal Nº 1, 41018 Sevilla

T. 954 557 515

Correo-e.: [infofceye@us.es](mailto:infofceye@us.es)



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Faculty of Economics and Business Sciences

GRADO EN MARKETING E  
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

MARKET RESEARCH AND  
MARKETING DEGREE



## DESCRIPCIÓN



Grado con excelentes salidas profesionales en muy diversas actividades, con mención de calidad y que es impartido en un centro especializado en la docencia en Marketing desde 1971. El centro tiene además un programa propio de Prácticas en Empresas y participa en el programa ERASMUS de estancias de alumnos en países de la Unión Europea.

Además la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla está incluida dentro de las 200 mejores Facultades de Economía del mundo, según el prestigioso Ranking de Shangai.

Formar profesionales capaces de investigar, planificar, ejecutar y controlar la estrategia comercial de una institución o empresa pública o privada, nacional o internacional. Competencias que se desarrollan: capacidad de liderar departamentos comerciales, capacidad para desarrollar proyectos de marketing, capacidad de innovación y creatividad; capacidad para tomar decisiones, alcanzar objetivos y evaluar resultados.

Estructura general	Créditos	
Formación Básica	60	
Obligatorios	144	
Optativos	30	
Prácticas externas	Practicum obligatorio (6 meses)	No se aplica
	Prácticas en empresas (optativa)	12.00
Trabajo Fin de grado	6	

Curso	Asignatura	Créditos	Tipo
PRIMERO	Estadística	6	Formación Básica
	Finanzas	6	Formación Básica
	Fundamentos de Contabilidad	6	Formación Básica
	Historia Económica	6	Formación Básica
	Introducción a la Economía	6	Formación Básica
	Introducción a la Economía de la Empresa (Organización)	6	Formación Básica
	Introducción al Derecho Empresarial	6	Formación Básica
	Introducción al Marketing	6	Formación Básica
	Matemáticas	6	Formación Básica
	Microeconomía	6	Formación Básica
SEGUNDO	Administración de Empresas	6	Obligatoria
	Contabilidad para la Dirección Comercial	6	Obligatoria
	Dirección Estratégica	6	Obligatoria
	Economía Internacional	6	Obligatoria
	Estadística Avanzada	6	Obligatoria
	Investigación de Mercados I	6	Obligatoria
	Macroeconomía	6	Obligatoria
	Técnicas Cuantitativas	6	Obligatoria
	Técnicas de Muestreo	6	Obligatoria
	Teoría de Precios	6	Obligatoria
TERCERO	Comunicación Comercial I	6	Obligatoria
	Dirección Comercial	6	Obligatoria
	Dirección de Ventas I	6	Obligatoria
	Dirección de Ventas II	6	Obligatoria
	Distribución Comercial I	6	Obligatoria
	Distribución Comercial II	6	Obligatoria
	Gestión Informatizada del Subsistema Comercial	6	Obligatoria
	Investigación de Mercados II	6	Obligatoria
	Investigación de Mercados III	6	Obligatoria
	Comunicación Comercial II	6	Obligatoria
CUARTO	Análisis Económico de los Mercados	6	Optativa
	Comportamiento del Consumidor	6	Obligatoria
	Creación de Empresas	6	Obligatoria
	Dirección Financiera para los Profesionales del Marketing	6	Optativa
	Gestión de Franquicias	6	Optativa
	Gestión de Marcas y Nuevos Productos	6	Optativa
	Marketing de Servicios	6	Obligatoria
	Marketing Industrial	6	Optativa
	Marketing Internacional	6	Optativa
	Marketing y Ética en los Negocios	6	Optativa
	Merchandising	6	Optativa
	Métodos Estadísticos Multidimensionales	6	Optativa
	Operaciones Financieras en los Mercados	6	Optativa
	Plan de Empresa	12	Optativa
	Planificación y Gestión de Precios	6	Optativa
	Prácticas	12	Optativa
Régimen Jurídico del Mercado	6	Obligatoria	
Trabajo Fin de Grado	6	Trabajo fin de grado	

## SALIDAS PROFESIONALES



Directivos en empresas e instituciones públicas o privadas como investigadores de mercados, consultores comerciales, responsables de proyectos de marketing, responsables de publicidad y comunicación; directivos en departamentos comerciales de bancos y otras instituciones financieras; creación de nuevas empresas o emprendimiento; técnicos de la Administración Pública; cuerpos docentes.

## CONTINUACIÓN DE ESTUDIOS



Máster Universitario en Estudios Avanzados en Dirección de Empresas: Especialidades en Dirección de Operaciones y Sistemas de Información, Contabilidad y Finanzas

Máster Universitario en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales: Especialidades en Dirección Estratégica Internacional y Análisis del Mercado Internacional

Máster Universitario en Economía y Desarrollo: Especialidades en Economía del Factor Empresarial, Economía Medioambiental, Economía del Transporte y Evaluación de Políticas Públicas

Máster Universitario en Consultoría Económica y Análisis Aplicado: Especialidades en Consultoría Económica, Evaluación de Políticas Públicas, Diseño, Control y Ejecución de Proyectos, e Investigación Histórico-Económica

Máster Universitario en Auditoría y contabilidad Superior (nuevo) Especialidades en Auditoría, Combinaciones de Negocios y Consolidación, Contabilidad Superior y Normativa Contable Internacional.