

# GRADO EN MARKETING

## OBJETIVOS FORMATIVOS

## OBJETIVOS FORMATIVOS

### Objetivo General

El objetivo fundamental del grado en Marketing es formar excelentes profesionales capaces de dirigir la actividad de negocio, marketing y comercial de la empresa, a la vez que emprender o intraprender para lanzar su propia empresa, marca o servicio con una amplia visión de la gestión global de la organización, así como de las necesidades del mercado profesional en las diferentes áreas de la empresa, para lograr:

- 1) que desarrollen unas habilidades y conocimientos técnicos para analizar datos y convertirlos en negocios monetizables, fomentando la creatividad e innovación, y habilitando al estudiante en competencias como la adaptación al cambio, la visión y la anticipación estratégica, las habilidades directivas, el liderazgo, la toma de decisiones, y el trabajo colaborativo.
- 2) que ese tratamiento de datos y toma de decisiones empresariales se lleven a cabo de una manera ética y comprometida con la sociedad, donde el fin sea la búsqueda del bien común.

Este grado se alinea con la misión de la UFV y la potencia desde la estrategia de negocio a la aplicación práctica en el mundo empresarial.

### Objetivos Específicos

- Capacidad de pensamiento estratégico, analítico y sintético aplicado a la toma de decisiones empresariales.
- Capacidad de organización y planificación para el marketing y la gestión de empresas.- Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información, pero, principalmente de empresas y mercado, proveniente de fuentes diversas.
- Desarrollar la comunicación oral y escrita en lengua nativa para poder relacionarse profesionalmente con empresas de cualquier país.
- Habilidad para el diseño y gestión de proyectos en el ámbito del marketing y de la organización de ventas.
- Saber aplicar los conocimientos de informática relativos al ámbito del marketing e investigación de mercados.
- Tener un compromiso ético en el trabajo.
- Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Tener iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor.
- Capacidad de liderazgo.
- Tener la sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.
- Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.
- Capacidad de organizar las acciones comerciales de la empresa buscando la calidad como una ventaja competitiva de marketing.
- Entender el marketing y la empresa como un servicio a las personas que la forman y la sociedad en general.

