

GRADO EN MARKETING

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CÓDIGO	DENOMINACIÓN
CON1	Conocer el funcionamiento de los diferentes tipos de mercados.
CON2	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad en el desarrollo y/o aplicación de las nuevas tecnologías aplicadas al ámbito del marketing y la comunicación digital.
CON3	Entender la calidad como un arma competitiva impulsora del éxito comercial a largo plazo.
CON4	Conocer y analizar las fuerzas del mercado que afectan a la actividad comercial.
CON5	Conocer e identificar las técnicas de marketing para destacarse frente a la competencia y saber utilizarlo en el logro de los objetivos comerciales.
CON6	Leer, analizar e interpretar con soltura gráficos, tablas y textos que permitan hacer previsiones de demanda y de ventas adecuadas.
CON7	Conocer el funcionamiento de las redes virtuales para utilizarlas a favor de la comercialización.
CON8	Conocer la esencia del ser humano, enraizando en ella su dignidad y analizando la evolución histórica de estas ideas en la teoría y en la praxis.
CON9	Entender las repercusiones de las decisiones de marketing en las finanzas de la empresa.
HAB1	Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis, elaboración y presentación de un trabajo de investigación, desarrollando de esta manera hábitos de pensamiento riguroso; así como de comunicación oral y escrita.
HAB2	Aplicar los conocimientos teóricos a situaciones prácticas del entorno profesional, demostrando competencia y eficacia en la resolución de problemas del mundo real.
HAB3	Manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones aplicables al marketing y a la realización de presentaciones eficaces.
HAB4	Liderar equipos, de acuerdo con los principios básicos de la ética, la responsabilidad social y la justicia, generando sinergias entre la motivación de los empleados, el servicio a la sociedad y el aumento de las ventas.
HAB5	Elaborar de forma compartida un proyecto y/o servicio social concreto.
HAB6	Diseñar una campaña publicitaria para impulsar las ventas de la empresa utilizando medios tradicionales y/o herramientas de marketing directo.

HAB7	Diseñar una estrategia de uso de canales de distribución para aproximar el producto al consumidor.
HAB8	Utilizar las habilidades y destrezas adquiridas en el título en las actividades universitarias de cooperación, solidarias, culturales, deportivas y de representación estudiantil.
COMP1	Ser capaz de desarrollar y gestionar proyectos.
COMP2	Saber realizar e interpretar estudios de mercado y/o estados financieros, así como diseñar, calcular y gestionar los costes de la empresa, como herramienta para la toma de decisiones en el marketing y las ventas.
COMP3	Saber promover, encauzar, analizar e incorporar en la estrategia de marketing innovaciones en las maneras de desarrollar y articular sus distintos elementos.
COMP4	Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.
COMP5	Desarrollar ideas innovadoras y emprendedoras de negocio y aplicarlas en contextos empresariales y de investigación.
COMP6	Ser capaz de enfocar los productos y servicios desarrollados por la empresa como una forma de mejora de la sociedad.
COMP7	Saber desarrollar una estrategia publicitaria coherente con los productos y servicios de la empresa.
COMP8	Ser capaz de organizar una red de ventas acorde con la política de distribución comercial.

