

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Avenida de la Universidad, s/n
11405-JEREZ DE LA FRONTERA
Teléfono: 956 037118
Fax: 956 037817

DOBLE GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y EN TURISMO

(Aprobado en Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz celebrado el 22 de junio de 2011)

CRÉDITOS POR CURSO ACADÉMICO Y TIPO DE MATERIA

CURSO	CRÉDITOS	MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	TURISMO
1º	72	60 Básicos	
			12 Obligatorios
2º	66	54 Obligatorios	12 Obligatorios
3º	60	48 Obligatorios	12 Obligatorios
		0 Optativos	
4º	60		42 Obligatorios
		18 Optativos	
5º	54	6 Obligatorios	24 Obligatorios
		6 Trabajo fin de grado + 18 Optativos	
TOTAL	312		

ITINERARIO CURRICULAR:

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRED.	ASIGNATURA	CARÁCTER	CRED.
1º Semestre			2º Semestre		
Derecho Empresarial I	BAS	6	Estadística	BAS	6
Economía	BAS	6	Introducción al Marketing	BAS	6
Introducción a la Economía de la Empresa	BAS	6	Microeconomía	BAS	6
Matemáticas	BAS	6	Operaciones y Proceso en Empresas Turísticas	BAS	6
Recursos Territoriales Turísticos	BAS	6	Fundamentos de Finanzas y Contabilidad	BAS	6
Inglés Turístico I	OBL	6	Inglés Turístico II	OBL	6
3º Semestre			4º Semestre		
Estadística Avanzada	OBL	6	Métodos Estadísticos Multivariantes	OBL	6
Macroeconomía	OBL	6	Marketing No Lucrativo	OBL	6
Dirección de Marketing	OBL	6	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico	OBL	6
Derecho Empresarial II	OBL	6	Comportamiento del Consumidor	OBL	6
Dirección de Empresas	OBL	6	Estructura de Mercados Turísticos	OBL	6
Inglés Turístico III	OBL	6			
5º Semestre			6º Semestre		
Investigación de Mercados I	OBL	6	Investigación de Mercados II	OBL	6
Precio y Producto	OBL	6	Marketing Sectorial	OBL	6
Distribución Comercial I	OBL	6	Distribución Comercial II	OBL	6
Comunicación Comercial I	OBL	6	Comunicación Comercial II	OBL	6
Francés/Alemán Turístico I	OBL	6	Francés/Alemán Turístico II	OBL	6
7º Semestre			8º Semestre		
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo	OBL	6	Gestión de Empresas Turísticas de Intermediación	OBL	6
Gestión y Análisis Financiero	OBL	6	Marco Internacional y Europeo del Turismo	OBL	6
Gestión de Empresas Turísticas de Alojamiento	OBL	6	Patrimonio Cultural II	OBL	6
Patrimonio Cultural	OBL	6	OPTATIVA 3	OPT	6
OPTATIVA 1	OPT	6			
OPTATIVA 2	OPT	6			
9º Semestre			10º Semestre		
Política y Planificación Turística	OBL	6	Planificación Territorial y Turismo Sostenible	OBL	6
Prácticas en Empresas				OBL	12
Trabajo de Fin de Grado				TFG	6
Creación de empresas				OBL	6
OPTATIVA 4	OPT	6	OPTATIVA 5	OPT	6
			OPTATIVA 6	OPT	6

BAS. Básica. OBL. Obligatoria. OPT. Optativa. TFG. Trabajo Fin de Grado

La optatividad se cursará entre la oferta de optativas de ambos títulos, según el itinerario fijado por el Centro

OBJETIVO DEL GRADO

El objetivo general de este doble grado es formar a profesiones con capacidad para desarrollar su función y tomar decisiones en las organizaciones y especialmente dentro del ámbito de marketing y del turismo.

Se trata de dotar a los estudiantes de las competencias que los grados en Marketing e Investigación de Mercados y en Turismo otorgan, adquiriendo una preparación en dos sectores tan competitivos como son los que estos dos grados abordan.

De esta manera se integran los objetivos de las dos titulaciones entre los que destacamos:

Objetivos del grado en Marketing e Investigación de mercado:

- Capacitar a los estudiantes para que manejen las herramientas necesarias para analizar los mercados mediante la investigación comercial y comprender el comportamiento de los consumidores.
- Enseñar a los futuros egresados los contenidos necesarios para aprender a diseñar y gestionar las estrategias de productos, precios, distribución y comunicación necesarias para desarrollar un plan de marketing.
- Transmitir a los futuros profesionales de marketing la importancia del potencial que tienen las estrategias de marketing para el ámbito de las Pequeñas y Medianas Empresas.
- Facilitar la inserción laboral de los estudiantes en el mercado con una comprensión amplia de las funciones que se realizan en el subsistema comercial y su vinculación con el resto de subsistemas de la empresa, así como las relaciones con otros profesionales no expertos en marketing.

Objetivos del grado en Turismo:

- Formar a profesionales que contemplen tanto las necesidades de la gestión empresarial como la de los recursos humanos y el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales.
- Ofrecer un corpus formativo de carácter superior que permita la especialización técnica y de gestión directiva de empresas e instituciones turísticas.
- Abordar aspectos esenciales para el desarrollo de ventajas competitivas con relación a productos y destinos.
- Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo evitando la fragmentación de los contenidos a impartir por excesivas áreas de conocimiento.