

La Universidad de Almería pondrá en marcha el próximo curso la nueva licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado

(2/5/2006 11:13) | Almería > Universidad



ALMERÍA.- La Universidad de Almería pondrá en marcha el próximo curso académico 2006/2007 una nueva titulación: la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (ITM).

La Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (ITM) es una titulación de 2º ciclo (4ª y 5ª curso) gestionada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería, y con mucha proyección de futuro y empleabilidad. Las competencias específicas en las que incide el plan de estudios están enfocadas a facilitar la integración de los futuros licenciados en el mundo empresarial.

El objetivo de la UAL es ampliar y completar de forma continua su oferta de titulaciones dando así respuesta a las demandas del entorno socioeconómico. El objetivo de ITM es formar profesionales eficientes, responsables y éticos, que trabajen en el ámbito del marketing, ya sea en el mundo de las empresas y las organizaciones públicas, como en el ejercicio libre de la profesión.

Podrán acceder a ITM quienes posean cualquiera de los siguientes títulos:

Cualquier Ingeniero técnico.
Diplomado en Estadística.
Diplomado en Ciencias Empresariales.

De igual modo, podrán tener acceso quienes hayan superado el primer ciclo de:

Cualquier Ingeniero superior.
Licenciado en Derecho.
Licenciado en Psicología.
Licenciado en Sociología.
Licenciado en Economía.
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.
Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas.

La metodología docente a aplicar es muy novedosa, al estar centrada fundamentalmente en el aprendizaje práctico del estudiante. Para conseguir este objetivo se potencian la participación activa del alumno en el aula, la realización de trabajos adaptados a la realidad socio-profesional unida a la evaluación continua de dichos trabajos, el dominio de idiomas y la realización de prácticas en empresas.

En esta misma línea, se maximiza la coordinación entre asignaturas y profesores, asegurando la total adaptación de los contenidos de las asignaturas a la realidad de los posibles puestos de trabajo a los que accederán los licenciados. Esta metodología requiere un grupo reducido de alumnos, por lo que el límite de admisión se ha fijado en 30 estudiantes.

DATOS DEL PLAN DE ESTUDIOS

La ordenación temporal de asignaturas (troncales, obligatorias y optativas) distribuidas por cursos y cuatrimestres se presenta en el siguiente cuadro:

*

Entre las optativas que se ofertan se pueden destacar: Marketing internacional, Publicidad, Técnicas de Comercio Exterior, Marketing de Servicios, Marketing en Sectores de la Economía Almeriense, Marketing no Empresarial, Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, etc. Asimismo, se aplicarán las convenientes convalidaciones por créditos de libre configuración (siguiendo los acuerdos de establecidos por la Universidad de Almería).

Salidas profesionales

Los futuros licenciados podrán ejercer, entre otras profesiones, como: Director comercial o de marketing, Product manager o jefe de producto, Director de cuentas de publicidad y comunicación en general, Jefe de delegación comercial, Responsable de investigación de mercados, Director/jefe de ventas, Responsable del marketing directo y comercio electrónico, Director de departamentos o agencias de comunicación y/o publicidad, Director de importación y exportación o, en su caso, de comercio internacional, Gestor/técnico de compras o ventas, Director de logística, Jefe de distribución, Responsable de merchandising o merchandiser y Ejecutivo comercial.

Experiencia piloto

ITM se pone en marcha integrada en el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), como experiencia piloto de la Universidad de Almería.

La UAL, como universidad pública integrante del sistema universitario español, actualmente está inmersa de lleno en un proceso para intentar llegar a la convergencia con el resto de universidades de Europa en el año 2010. La adaptación del sistema universitario español actual al futuro espacio europeo requerirá la implantación del sistema de créditos europeos (ECTS) como valoración del aprendizaje del estudiante y como sistema de calificaciones que facilite las conversiones entre las diversas universidades europeas; la implantación del Suplemento Europeo al

Título como base de la comparabilidad y transparencia de información; la definición de titulaciones basadas en contenidos y competencias que definan el perfil profesional y la valoración de los niveles de calidad.