

## **Estructura del plan de estudios. Descripción de módulos/materias**

El plan de estudios del Grado en Marketing se organiza en cuatro años académicos, con un total de ocho semestres. Cada semestre contará con 30 créditos ECTS, distribuidos de la siguiente manera:

| Tipo de materia         | Créditos |
|-------------------------|----------|
| Formación Básica        | 60       |
| Obligatorias            | 132      |
| Optativas               | 12       |
| Prácticas externas      | 30       |
| Trabajo de fin de Grado | 6        |
| Total                   | 240      |

Las materias obligatorias se desglosan en cinco módulos de conocimiento: principios de marketing; teoría y práctica de la comunicación; dirección y gestión empresarial; análisis de datos, audiencias y mercados; y formación transversal. Todos ellos abordan las áreas de saber que un estudiante en marketing debe entender y aprender para prepararse para el ejercicio de la profesión.

Las materias optativas, por su parte, hacen referencia al marketing especializado: el estudiante tendrá oportunidad de elegir qué áreas de esta disciplina que quiere estudiar con profundidad (social y político, deportivo, moda, tecnológico, etc.).

Las prácticas externas se realizarán entre el sexto y séptimo semestre del Grado.

| MATERIA   | ASIGNATURA  | TIPO | ECTS | CURSO | SEMESTRE |
|---|---|------|------|-------|----------|
| Materia 1: Básicas (60 ECTS)                              | Introducción a la economía                                  | B    | 6    | 1     | 1        |
|   | Diseño del punto de venta                                   | B    | 6    | 1     | 1        |
|   | Fundamentos del marketing                                   | B    | 6    | 1     | 1        |
|   | Fundamentos de la publicidad y relaciones públicas          | B    | 6    | 1     | 2        |
|   | Comportamiento del consumidor                               | B    | 6    | 1     | 2        |
|   | Matemáticas para la toma de decisiones                      | B    | 6    | 1     | 2        |
|   | Fundamentos de la administración financiera de las empresas | B    | 6    | 2     | 1        |
|   | Psicología de las emociones y decisiones                    | B    | 6    | 2     | 1        |
|   | Estadística   | B    | 6    | 2     | 2        |
|   | Gestión de marca  | B    | 6    | 2     | 2        |
| Materia 2: Principios de marketing (30 ECTS)              | Fundamentos de dirección de empresas                        | OB   | 3    | 1     | 1        |
|   | Marketing de producto                                       | OB   | 6    | 2     | 1        |
|   | Estrategia de fijación de precios                           | OB   | 6    | 3     | 1        |
|   | Canales de distribución                                     | OB   | 6    | 3     | 1        |
|   | Marketing relacional  | OB   | 6    | 2     | 2        |
|   | Plan de marketing   | OB   | 3    | 4     | 2        |
| Materia 3: Teoría y práctica de la comunicación (24 ECTS) | Creación de contenido de marca                              | OB   | 3    | 1     | 1        |
|   | Creación y gestión de contenidos digitales                  | OB   | 6    | 1     | 2        |
|   | El proceso de creación publicitaria                         | OB   | 6    | 2     | 1        |
|   | Creatividad y expresión estética                            | OB   | 3    | 3     | 1        |
|   | Comunicación oral   | OB   | 6    | 4     | 1 y 2    |
| Materia 4: Dirección y gestión empresarial (24 ECTS)      | Liderazgo empresarial                                       | OB   | 3    | 1     | 1        |
|   | Fundamentos de derecho empresarial                          | OB   | 6    | 3     | 2        |
|   | Dirección estratégica                                       | OB   | 6    | 4     | 1        |
|   | Dirección comercial   | OB   | 6    | 4     | 1        |
|   | Emprendimiento e innovación                                 | OB   | 3    | 4     | 2        |
|   | Análisis de mercados cualitativo                            | OB   | 6    | 2     | 2        |
|   | Análisis de mercados cuantitativo                           | OB   | 6    | 3     | 1        |

|   |  |     |    |   |       |
|---|--|-----|----|---|-------|
| Materia 5: Análisis de datos, audiencias y mercados (21 ECTS) | Análisis y gestión de datos masivos      | OB  | 6  | 3 | 1     |
|   | Inteligencia artificial aplicada         | OB  | 3  | 3 | 2     |
| Materia 6: Marketing especializado (36 ECTS, a elegir 12)     | Marketing social y político              | OP  | 6  | 4 | 2     |
|   | Marketing turístico                      | OP  | 6  | 4 | 2     |
|   | Marketing de moda                        | OP  | 6  | 4 | 2     |
|   | Marketing tecnológico                    | OP  | 6  | 4 | 2     |
|   | Marketing deportivo                      | OP  | 6  | 4 | 2     |
|   | Actividades formativas complementarias   | OP  | 6  | 4 | 2     |
| Materia 7: Formación transversal (33 ECTS)                    | Fundamentos de edición de imagen digital | OB  | 6  | 1 | 1 y 2 |
|   | Cultura y civilizaciones                 | OB  | 3  | 1 | 2     |
|   | Antropología social I                    | OB  | 3  | 2 | 1     |
|   | Antropología social II                   | OB  | 3  | 2 | 2     |
|   | Herramientas informáticas                | OB  | 6  | 2 | 1 y 2 |
|   | Diseño y posicionamiento web             | OB  | 6  | 3 | 1 y 2 |
|   | Ética y deontología I                    | OB  | 3  | 4 | 1     |
|   | Ética y deontología II                   | OB  | 3  | 4 | 2     |
| Materia 8: TFG (6 ECTS)                                       | Trabajo de fin de Grado                  | TFG | 6  | 4 | 2     |
| Materia 9: Prácticas curriculares (30 ECTS)                   | Prácticas curriculares I                 | PE  | 18 | 3 | 2     |
|   | Prácticas curriculares II                | PE  | 12 | 4 | 1     |

**ECTS ofertados**
**264**
**ECTS cursa el alumno**
**240**