

# GRADO EN MARKETING

**ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS 2024**

Ámbito de conocimiento:

CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS,  
MÁRQUETIN, COMERCIO, CONTABILIDAD Y TURISMO

RESUMEN ECTS	
TIPOLOGÍA	ECTS
Formación Básica	60
Obligatorias	156
Optativas	12
Prácticas Académicas Externas	6
Trabajo fin de Grado	6
<b>Total</b>	<b>240</b>

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	TIPOLOGÍA	SEM	ECTS	
Herramientas de Gestión Empresarial y Desarrollo Humano	Antropología	Introducción a los Estudios Universitarios	FB	1 SEM	6	
		Antropología Fundamental y Educación para la Responsabilidad Social	OB	3 SEM Y 4 SEM	9 6	
		Introducción a la Teología	OB	6 SEM	6 4,5	
	Entorno Empresarial		Herramientas Básicas de Informática	FB	1 SEM	6
			Matemáticas Aplicadas al Marketing	FB	1 SEM	6
			Economía para Empresarios	FB	2 SEM	6
			Introducción a la Estadística para la Toma de Decisiones en Marketing	FB	2 SEM	6
			Cultura Organizacional y Liderazgo	OB	8 SEM	3
	Historia		Historia del Pensamiento en Occidente	FB	2 SEM	6
		Dirección Comercial y de Ventas	Dirección Comercial y de Ventas	OB	5 SEM	6
			Comercio Electrónico	OB	6 SEM	6
Logística y Redes Comerciales			OB	7 SEM	6	
Inteligencia del Marketing			Investigación Comercial	OB	2 SEM	6
			Investigación de Mercados y Estimación de la Demanda	OB	3 SEM	6
			Introducción al Análisis de Datos	OB	4 SEM	6
			Internet como Escenario de Relación	OB	6 SEM	3

Marketing y Comercial	Marketing Estratégico	Fundamentos del Marketing	FB	1 SEM	6
		Política de Producto y Marca	OB	3 SEM	6
		Sociología del Consumo	FB	3 SEM	6
		Innovación y Transformación Digital	FB	4 SEM	6
		Marketing de Relaciones	OB	5 SEM	6
		Estrategias de Distribución y Precios	OB	5 SEM	6
		Gestión de la Calidad Total como Ventaja Competitiva en Marketing	OB	5 SEM	4,5
		Experiencia de Cliente	OB	6 SEM	6
		Dirección Estratégica de Marketing	OB	7 SEM	6
	Marketing Operativo	Estrategias de Comunicación Integral I	OB	5 SEM	6
		Estrategias de Comunicación Integral II	OB	6 SEM	6
		Diseño de Planes de Medios	OB	7 SEM	6
	Innovación en Marketing	Gestión de la Innovación en Marketing	OB	3 SEM	6
Gestión de Proyectos		OB	4 SEM	6	
Emprendimiento I		OB	7 SEM	6	
Emprendimiento II		OB	8 SEM	4,5	
Organización y Gestión Empresarial	Comunicación	Comunicación: Habilidades y Competencias de Liderazgo	FB	2 SEM	6
	Contabilidad y Finanzas	Contabilidad Financiera	OB	3 SEM	4,5
		Contabilidad de Costes	OB	4 SEM	6 - 4,5
		Dirección Financiera	OB	6 SEM	6
	Organización de la Empresa y Dirección de Personas	Organización y Administración de Empresas	OB	1 SEM	6
		Ética	OB	7 SEM	4,5
Maduración y Aplicación a la Práctica de los Conocimientos Adquiridos	Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas	P.EXT	8 SEM	6
	Trabajo Fin De Grado	Trabajo Fin de Grado	TFG	8 SEM	6
		OPTATIVAS	OP	8 SEM	- 12
				<b>TOTAL ECTS DEL GRADO</b>	<b>240</b>

**RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS**  
*El alumno debe cursar 12 ECTS optativos en el 8 semestre*

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	TIPOLOGÍA	SEMESTRE	ECTS
Marketing y Comercial	Marketing Estratégico	Gestión de la Experiencia del Cliente	OP	8 SEM	3
		Marketing de Servicios	OP	8 SEM	3
	Inteligencia del Marketing	Disciplinas para Afrontar el Cambio	OP	8 SEM	3
		Marketing Analytics Avanzado	OP	8 SEM	3
	Dirección Comercial y de Ventas	Técnicas de Ventas	OP	8 SEM	3
		Trade Marketing	OP	8 SEM	3
Actividades Formativas	Actividades Formativas Complementarias	Actividades Formativas Complementarias I	OP	8 SEM	3
		Actividades Formativas Complementarias II	OP	8 SEM	3

