

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

9701 *Resolución de 22 de junio de 2018, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 19 de enero de 2018 (publicado en el BOE de 5 de febrero de 2018 por resolución de la Secretaría General de Universidades de 24 de enero de 2018),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducentes a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing, que queda estructurado según consta en el Anexo de esta Resolución.

Hoyo de Manzanares, 22 de junio de 2018.–El Rector, Juan Cayón Peña.

ANEXO

UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA

Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Márketing

Planificación de las enseñanzas

Descripción general del plan de estudios

Tipo de asignatura	N.º ECTS
Asignaturas de Formación Básica	60
Asignaturas Obligatorias	90
Desarrollo de las Capacidades en la Empresa . . .	18
Trabajo Fin de Grado	12
Asignaturas Optativas	60
Créditos totales	240

Plan de estudios

Primer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	Ects	Carácter	Asignatura	Ects	Carácter
Fundamentos de marketing y la comunicación.	6	Básica.	Nuevas tecnologías y sociedad de la información.	6	Básica.
Estructuras de la comunicación.	6	Básica.	Informática aplicada al marketing.	6	Básica.
Fundamentos de economía.	6	Básica.	Finanzas para el marketing y la comunicación.	6	Básica.
Análisis de la empresa.	6	Básica.	Comportamiento del consumidor.	6	Obligatoria.
Estadística aplicada.	6	Básica.	Seminario de desarrollo de competencias I.	6	Obligatoria.
	30			30	

Segundo curso

Tercer semestre			Cuarto semestre		
Asignatura	Ects	Carácter	Asignatura	Ects	Carácter
Marco legal aplicado al marketing y la comunicación.	6	Básica.	Lenguas modernas.	6	Básica.
Comunicación estratégica de marca.	6	Obligatoria.	Investigación de mercados.	6	Obligatoria.
Política de productos y precios.	6	Obligatoria.	Distribución y canales de comercialización.	6	Obligatoria.
Análisis de costes para la toma de decisiones.	6	Obligatoria.	Seminario de desarrollo de competencias II.	6	Obligatoria.
Asignaturas Optativas.	6	Optativa.	Asignaturas Optativas.	6	Optativa.
	30			30	

Tercer curso

Quinto semestre			Sexto semestre		
Asignatura	Ects	Carácter	Asignatura	Ects	Carácter
Dirección estratégica de Marketing.	6	Obligatoria.	Marketing online.	6	Obligatoria.
Comunicación digital.	6	Obligatoria.	Desarrollo de capacidades en la empresa.	18	Obligatoria.
Desarrollo del espíritu participativo y solidario.	6	Obligatoria.	Asignaturas Optativas.	6	Optativa.
Asignaturas Optativas.	12	Optativa.			
	30			30	

Cuarto curso

Séptimo semestre			Octavo semestre		
Asignatura	Ects	Carácter	Asignatura	Ects	Carácter
Marketing móvil.	6	Obligatoria.	Asignaturas Optativas.	12	Optativa.
Marketing internacional.	6	Obligatoria.	Trabajo fin de grado.	12	Trabajo Fin de Grado.
Seminario de desarrollo de competencias III.	6	Obligatoria.			
Asignaturas Optativas.	18	Optativa.			
	36			24	

Relación de asignaturas optativas

Los estudiantes tendrán que realizar 60 ECTS de asignaturas optativas.

Asignatura	Ects	Carácter	Curso	Semestre
Investigación de audiencias.	6	Optativa.	2	3
Brand Management.	6	Optativa.	2	4
Planificación de medios.	6	Optativa.	3	5
Retail marketing.	6	Optativa.	3	5
CRM y customer analytics.	6	Optativa.	3	6
Business intelligence y análisis de big data.	6	Optativa.	4	7
Storytelling y contenidos de marca.	6	Optativa.	4	7

Asignatura	Ects	Carácter	Curso	Semestre
Comercio electrónico.	6	Optativa.	4	7
Marketing experiencial (customer experience).	6	Optativa.	4	8
Innovación en diseño de productos y servicios.	6	Optativa.	4	8