

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

10508 *Resolución de 28 de abril de 2026, de la Universidad Pontificia de Salamanca, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación.*

De conformidad con lo que disponen el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario y el artículo 27.4 del Real Decreto 822/2021 de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 31 de marzo de 2026, publicado en el BOE núm. 93, de 16 de abril de 2026, por Resolución núm. 8374 de la Secretaría General de Universidades de 8 de abril de 2026,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios del Grado en Marketing y Comunicación, que se imparte en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, como anexo a la presente resolución.

Salamanca, 28 de abril de 2026.–El Rector, Santiago García-Jalón de la Lama.

ANEXO

Grado en Marketing y Comunicación

RAMA: CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Ámbito de conocimiento: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo

Tabla 1. Resumen de materias y distribución en ECTS según tipo de materia

Tipo de materias	ECTS
Formación Básica.	60
Obligatorias.	132
Optativas.	30
Prácticas académicas externas.	12
Trabajo Fin de Grado.	6
Total.	240

Tabla 2. Desglose en módulos, materias, asignaturas y distribución temporal del grado

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Distribución
Formación Integral.	Ética y Humanismo Cristiano.	Visión Cristiana del Hombre y la Sociedad.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Ética Cristiana y Deontología Profesional.	6	Obligatoria.	Semestral.
	Pensamiento.	Laboratorio de Debate y Pensamiento Crítico.	4	Obligatoria.	Semestral.
		Innovación y Creatividad.	4	Obligatoria.	Semestral.

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Distribución
Bases del Marketing y la Comunicación.	Bases Expresivas.	Taller de Expresión Oral.	4	Obligatoria.	Semestral.
		Taller de Escritura.	4	Obligatoria.	Semestral.
		Diseño y Comunicación Visual.	6	F. Básica.	Semestral.
		Lenguaje Audiovisual.	6	F. Básica.	Semestral.
	Bases Tecnológicas.	Herramientas de IA para la Comunicación.	4	Obligatoria.	Semestral.
		Tecnología de la Comunicación.	6	F. Básica.	Semestral.
Economía, Empresa y Entorno.	Economía.	Economía.	6	F. Básica.	Semestral.
		Contabilidad Financiera y Analítica.	6	F. Básica.	Semestral.
	Empresa.	Fundamentos de Gestión Empresarial.	6	F. Básica.	Semestral.
		Gestión de Proyectos y Emprendimiento.	4	Obligatoria.	Semestral.
	Contexto Histórico y Jurídico.	Historia y Política Internacional.	6	F. Básica.	Semestral.
		Derecho Mercantil.	6	F. Básica.	Semestral.
Marketing.	Planificación de Marketing.	Marketing.	6	F. Básica.	Semestral.
		Marketing Estratégico.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Plan de Marketing.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Simulación de Entornos Comerciales.	4	Obligatoria.	Semestral.
	Gestión de Marca y Producto.	Desarrollo de Productos.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Branding y Gestión de Marca.	6	Obligatoria.	Semestral.
	Experiencia de Cliente.	Gestión de Experiencia de Cliente y CRM.	4	Obligatoria.	Semestral.
	Distribución y Canales de Comercialización.	Distribución Comercial y Logística.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Marketing Omnicanal (E-Commerce y Retail).	6	Obligatoria.	Semestral.
		Dirección Comercial y de Ventas.	6	Obligatoria.	Semestral.
Investigación de Mercados.	Investigación del Consumidor.	Investigación de Públicos y Audiencias.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Comportamiento del Consumidor.	6	Obligatoria.	Semestral.
	Investigación de Mercados.	Estadística y Análisis de Datos.	6	F. Básica.	Semestral.
		Investigación de Mercados.	6	Obligatoria.	Semestral.
Comunicación Estratégica.	Estrategia de Comunicación.	Estrategia de la Comunicación.	4	Obligatoria.	Semestral.
		Estructura de la Comunicación.	6	Obligatoria.	Semestral.
	Comunicaciones Integradas.	Comunicaciones Integradas de Marketing.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Comunicación Empresarial y RSC.	6	Obligatoria.	Semestral.
		Marketing Digital y Social Media.	6	Obligatoria.	Semestral.
Mención en Gestión de Marca.	Construcción y Estrategia de Marca.	Identidad Visual de Marca.	6	Optativa.	Semestral.
		Auditoría y Consulta de Marca.	6	Optativa.	Semestral.
	Experiencia y Activación de Marca.	Creación y Gestión de Experiencias de Marca.	6	Optativa.	Semestral.
		Patrocinio y Activaciones de Marca.	6	Optativa.	Semestral.
	Marca en Sectores Especializados.	Luxury Brands.	6	Optativa.	Semestral.
	TFG.	TFG.	6	TFG.	Semestral.
	Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	12	PE.	Semestral.

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Distribución
Mención en Martech.	Data Driven y Analítica.	Data Analytics y Métricas del Marketing.	6	Optativa.	Semestral.
		Marketing Predictivo y Modelos de Atribución.	6	Optativa.	Semestral.
	Automatización y Personalización.	Automatización de Marketing.	6	Optativa.	Semestral.
		Publicidad Programática y Personalización.	6	Optativa.	Semestral.
	Estrategia de Contenidos.	Marketing de Contenidos.	6	Optativa.	Semestral.
	TFG.	TFG.	6	TFG.	Semestral.
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	12	PE.	Semestral.	
Mención en Dirección de Marketing.	Estrategia y Dirección de Marketing.	Marketing Internacional.	6	Optativa.	Semestral.
		Dirección de Marketing Sectorial.	6	Optativa.	Semestral.
	Finanzas.	Gestión del Presupuesto y ROI.	6	Optativa.	Semestral.
	Gestión del Cambio y Liderazgo.	Gestión del Cambio y Liderazgo.	6	Optativa.	Semestral.
	Martech y Transformación Digital.	Martech y Transformación Digital.	6	Optativa.	Semestral.
	TFG.	TFG.	6	TFG.	Semestral.
	Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	12	PE.	Semestral.