

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el 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.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE	CENTRO	CÓDIGO CENTRO	
ESIC Universidad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	28054919	
	Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza	50012451	
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA		
Grado	Marketing / Bachelor in Marketing		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Graduado o Graduada en Marketing / Bachelor in Marketing por la ESIC Universidad			
NIVEL MECES			
2			
RAMA DE CONOCIMIENTO	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	No	
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
RAMÓN ARILLA LLORENTE	RECTOR		
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
EDUARDO GÓMEZ MARTÍN	PRESIDENTE		
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO		
RAMÓN ARILLA LLORENTE	RECTOR		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Camino Valdenigrales SN	28223	Pozuelo de Alarcón	664552303
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
director.general@esic.edu	Madrid	913528534	
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: Madrid, AM 29 de octubre de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing / Bachelor in Marketing por la ESIC Universidad	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
ÁMBITO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
AGENCIA EVALUADORA				
Fundación para el Conocimiento Madrimasd				
LISTADO DE MENCIONES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
ESIC Universidad		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
087	ESIC Universidad	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	24
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
18	132	6

1.4-1.9 ESIC Universidad

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
28054919	Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	Si	No
50012451	Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza	No	No

1.4-1.9.2 Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
880		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	



880	220	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.4-1.9.2 Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TITULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
200		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
200	50	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN
Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS
<p>El grado de Marketing tiene como objetivo formar profesionales capacitados para comprender, analizar y aplicar estrategias de marketing en diversos contextos empresariales y sociales. El grado de Marketing está diseñado para proporcionar a los estudiantes una formación integral que combina teoría y práctica, preparándolos para enfrentar los desafíos del entorno empresarial contemporáneo. Al finalizar la titulación, los graduados estarán equipados con el conocimiento y las habilidades necesarias para desempeñar roles clave en la gestión y ejecución de estrategias de marketing en diversos sectores.</p> <p>Los principales objetivos formativos del Grado de Marketing son:</p> <ol style="list-style-type: none"> Adquirir conocimientos fundamentales en marketing: <ul style="list-style-type: none"> Historia y evolución del marketing: Estudiar la evolución del marketing como disciplina y su adaptación a los cambios tecnológicos y sociales. Comprensión de los principios de marketing: Desarrollar un conocimiento sólido de los conceptos básicos y las teorías del marketing, incluyendo el comportamiento del consumidor, segmentación de mercados, posicionamiento y mix de marketing (producto, precio, distribución y promoción). Adquirir habilidades analíticas y de investigación: <ul style="list-style-type: none"> Investigación de mercados: Aprender a diseñar, realizar e interpretar investigaciones de mercados para tomar decisiones informadas. Análisis de datos: Desarrollar habilidades para analizar datos cuantitativos y cualitativos y utilizar herramientas estadísticas para interpretar la información de mercado. Estrategia y Planificación de Marketing: <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de estrategias de marketing: Capacidad para diseñar y ejecutar estrategias de marketing efectivas que respondan a las necesidades del mercado y a los objetivos empresariales. Planificación y gestión de proyectos: Aprender a planificar, implementar y evaluar campañas y proyectos de marketing. Marketing digital y tecnología:



- **Marketing Digital:** Comprender las herramientas y técnicas del marketing digital, incluyendo SEO, SEM, redes sociales, marketing de contenidos, email marketing y análisis web.
- **Innovación Tecnológica:** Mantenerse al tanto de las tendencias tecnológicas y su impacto en las estrategias de marketing.
- 5. **Comunicación y branding:**
 - **Comunicación efectiva:** Desarrollar habilidades de comunicación para crear mensajes persuasivos y efectivos en diferentes medios y canales.
 - **Gestión de marca:** Aprender a construir, gestionar y proteger la identidad y reputación de una marca.
- 6. **Comportamiento del consumidor:**
 - **Psicología del consumidor:** Comprender los factores que influyen en el comportamiento del consumidor y cómo aplicarlos en estrategias de marketing.
 - **Experiencia del cliente:** Diseñar y gestionar la experiencia del cliente para fomentar la lealtad y satisfacción.
- 7. **Ética y responsabilidad social:**
 - **Ética en marketing:** Reflexionar sobre las implicaciones éticas de las prácticas de marketing y promover una conducta responsable.
 - **Responsabilidad social corporativa:** Integrar prácticas de marketing sostenible y responsable que beneficien a la sociedad y al medio ambiente.
- 8. **Entorno empresarial y globalización:**
 - **Entorno económico y legal:** Conocer el entorno económico, legal y social en el que operan las empresas y cómo afectan las estrategias de marketing.
 - **Marketing internacional:** Desarrollar habilidades para diseñar y ejecutar estrategias de marketing en contextos internacionales y multiculturales.
- 9. **Habilidades de gestión y liderazgo:**
 - **Liderazgo y trabajo en equipo:** Desarrollar habilidades de liderazgo y gestión de equipos para coordinar y dirigir proyectos de marketing.
 - **Toma de decisiones:** Capacitar a los estudiantes para tomar decisiones estratégicas basadas en análisis críticos y datos de mercado.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

Se incluyen en el anexo 1.10 Justifica

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

No

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CO1 - Conocer las principales técnicas de comunicación en marketing y comunicación interpersonal con los distintos públicos objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa. // To know the main communication techniques in marketing and interpersonal communication with the different target audiences: both internal and external to the company. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO10 - Conocer los conceptos básicos de la disciplina contable, así como las bases para su análisis, con el objetivo de saber interpretar la información contenida en las cuentas anuales. // To know the basic concepts of the accounting discipline, as well as the bases for its analysis, in order to know how to interpret the information contained in the annual accounts. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO2 - Describir los diferentes tipos de empresas, así como las herramientas de análisis empresarial y las diferentes funciones de la dirección y el proceso de dirección estratégica. // Describe the different types of companies, as well as the tools of business analysis and the different functions of management and the strategic management process. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO3 - Conocimientos de matemáticas financieras aplicadas al marketing. // Knowledge of financial mathematics applied to marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO4 - Conocer las fuentes del derecho, la normativa jurídica, así como la normativa legal que aplica al mercado en el ámbito del marketing. // Knowledge of the sources of law, legal regulations, as well as the legal regulations that apply to the market in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos



CO6 - Describir los cambios sociales y culturales, así como el desarrollo del comercio. // Describe the social and cultural changes and the development of trade. TIPO: Conocimientos o contenidos
CO7 - Conocer la evolución de las ideas económicas, así como el crecimiento mundial y español. // To understand the evolution of economic ideas, as well as world and Spanish growth. TIPO: Conocimientos o contenidos
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas
HA11 - Participar en actividades universitarias de cooperación, solidarias, culturales, deportivas y de representación estudiantil. // Participate in university cooperation, solidarity, cultural, sporting and student representation activities. TIPO: Habilidades o destrezas
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company



or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas

HA7 - Trabajar en equipos multidisciplinares aceptando el potencial de la diversidad como oportunidad de aprendizaje, trabajando de forma colaborativa para alcanzar la meta común. // Work in multidisciplinary teams accepting the potential of diversity as a learning opportunity, working collaboratively to achieve a common goal. TIPO: Habilidades o destrezas

HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas

HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

En ESIC Universidad el proceso de admisión se realiza en condiciones de igualdad para todas las plazas ofertadas, independientemente del distrito de procedencia o lugar de residencia, acompañando al alumnado durante todo el proceso de admisión, proporcionándole información personalizada sobre el Grado en Marketing / Bachelor in Marketing, los requisitos de acceso según su situación académica y ofreciendo orientación académica.

A efectos del procedimiento de ingreso, ESIC Universidad tiene consideración de Universidad Privada, con su normativa propia de acceso, cumpliendo los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, las características básicas de la prueba de acceso y la normativa básica de los procedimientos de admisión que se indican en el Real Decreto 534/2024, de 11 de junio. ~~los requisitos de acceso a los estudios universitarios oficiales grado que se indican en el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio (BOE de 7 de junio).~~

REQUISITOS DE ACCESO Pueden solicitar ingreso en el primer curso de los estudios del Grado en Marketing / Bachelor in Marketing, todo aquel alumnado que reúna los requisitos exigidos por la legislación vigente para acceder a la Universidad.

En caso de cursar el Grado en inglés, el alumnado deberá acreditar un nivel B2 en dicho idioma, con una antigüedad máxima de dos años en el momento del proceso de admisión.

Los estudiantes de otros países que quieran acceder al Grado en la modalidad en español deberán acreditar una certificación de castellano B2, con una antigüedad máxima de dos años en el momento del proceso de admisión, siempre que no sean castellanos parlantes.

VÍAS DE ACCESO

Prueba de Evaluación para el Acceso a la Universidad. EvAU, PAU y ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre. Estudiantes que hayan superado la Prueba o Evaluación de Acceso a la Universidad o equivalentes (COU anterior al curso 1974/ 1975, Preuniversitario y Examen de Estado) en cualquier universidad española. Incluidas las pruebas organizadas por la UNED.

Sistemas educativos de la UE y otros países con convenio de reciprocidad. Estudiantes que reúnan los requisitos exigidos para acceder a la universidad en los sistemas educativos de países miembros de la Unión Europea, incluidos los poseedores de Bachillerato internacional, Bachillerato Europeo, los procedentes del sistema educativo suizo y alumnos procedentes del sistema educativo chino, además de los sistemas educativos de Islandia, Noruega y Liechtenstein, sin perjuicio de las pruebas específicas que puedan exigirse para el acceso a determinadas enseñanzas.

Sistemas educativos extranjeros con pruebas superadas UNED. Estudiantes extranjeros que no procedan de sistemas educativos de la Unión Europea ni con convenio de reciprocidad, con Acreditación UNED y Modalidad de Bachillerato acreditada. Sin perjuicio de los requisitos adicionales que puedan exigirse para la admisión a determinadas enseñanzas.

Formación profesional y equivalentes. Estudiantes de Formación Profesional en posesión de títulos oficiales de Técnico Superior, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del sistema educativo español y títulos declarados homologados o equivalentes.

Titulados universitarios. Estudiantes en posesión de una titulación universitaria oficial de Grado, Máster, Diplomado Universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero o Títulos equivalentes.

Bachillerato homologado. Estudiantes que no hayan superado ninguna prueba de acceso a la Universidad, procedentes de sistemas educativos extranjeros y cuyo título se haya homologado al Título de Bachiller del Sistema Educativo Español.

Se excluyen de este proceso general de admisión las siguientes vías de acceso, por existir un proceso específico para los estudiantes procedentes de las siguientes vías de acceso:

- Traslados de expediente desde otra Universidad para continuar los mismos estudios en ESIC Universidad. El estudiante deberá tener superados un mínimo de 30 créditos.
- Mayores de 25. Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en la legislación vigente. Mayores de 40. Personas mayores de cuarenta años con experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.
- Mayores de 45. Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto

Requisitos formativos complementarios previos a la homologación de títulos extranjeros. Estudiantes con estudios universitarios extranjeros totales que, tras solicitar la homologación de su título en el Ministerio de Educación de España, tienen que realizar unos Requisitos Formativos Complementarios.

Convalidación parcial de estudios extranjeros. Estudiantes con estudios universitarios extranjeros parciales, o totales que no hayan obtenido la homologación de su título en España.



DOCUMENTACIÓN NECESARIA

A) DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR TODOS LOS ALUMNOS

DNI, NIE o Pasaporte

Fotografía en color (tipo carnet)

Calificaciones Bachillerato o titulación de origen

Documentación exigida según grupo de acceso

B) DOCUMENTACIÓN EXIGIDA SEGÚN VÍA DE ACCESO

Los estudiantes de nuevo ingreso deberán aportar la siguiente documentación acreditativa de la vía de acceso:

Grupo acceso	Vía de Acceso del Estudiante Estudios cursados	Documentación
1	1.1.	Pruebas/Evaluación de Acceso a la Universidad
		Tarjeta de Pruebas o Evaluación o acceso a la universidad superadas (deben figurar las calificaciones de todas las materias de las pruebas)
		Ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores
		COU (previo 74/75) Preuniversitario Examen de Estado
1	1.2.	Alumnos procedentes de la UE y otros países con convenio de reciprocidad
		Libro de Escolaridad (PREU, además tarjeta pruebas de madurez)
		Acreditación expedida por UNED provisional o definitiva)
		Acreditación expedida por la UNED con reconocimiento de modalidad de bachillerato (provisional o definitiva)
1	1.2.	Formación Profesional 2º grado
		Certificación académica con calificaciones (dividida por áreas) Título de Técnico Especialista (o resguardo de la solicitud)
		Módulo profesional Nivel 3
		Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Superior (o resguardo de la solicitud)
2	1.2.	Ciclo Formativo Grado Superior
		Certificación académica con calificaciones y nota media final Título de Técnico Superior (o resguardo de la solicitud) o Libro de calificaciones
		Titulados universitarios (o equivalentes)
		Certificado académico con calificaciones Título Universitario (o resguardo de solicitud)
3	1.2.	Bachillerato homologado sin pruebas de acceso
		Credencial de homologación con nota media oficial (expedida por MIEFP). Se podrá aportar provisionalmente el Volante de haber solicitado la Homologación de Bachillerato.

Acreditación Provisional expedida por la UNED. Los estudiantes que aporten Acreditación Provisional expedida por la UNED podrán concurrir al proceso de admisión, pero su admisión y matrícula tendrá un carácter provisional y estará condicionada a la emisión de la acreditación definitiva de calificaciones.

Credencial de homologación con nota media oficial (expedida por MIEFP). Se podrá aportar provisionalmente el Volante de haber solicitado la Homologación de Bachillerato. Los estudiantes que aporten este Volante podrán concurrir al proceso de admisión, pero su admisión y matrícula tendrá un carácter provisional y estará condicionada a la emisión de la acreditación definitiva de calificaciones.

Acreditación de circunstancias específicas de los estudiantes:

Estudiantes con discapacidad. Certificado de grado de discapacidad expedido por el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) u órgano competente de la Comunidad Autónoma correspondiente igual o superior al 33%.

Deportistas de alto nivel. Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes.

Deportistas de alto rendimiento. Acreditación expedida por el Consejo Superior de Deportes o Credencial expedida por la Comunidad Autónoma.

Familia Numerosa. Fotocopia compulsada del libro o tarjeta de familia numerosa general o especial o título acreditativo.

Estudiantes con necesidades educativas especiales N.E.E. Certificado de grado de discapacidad expedido por el IMSERSO u órgano competente de la Comunidad Autónoma correspondiente.

ESIC Universidad reserva un 5% de sus plazas para estudiantes con discapacidad, un 3% a deportistas de alto nivel y deportistas de alto rendimiento y un 1% para titulados universitarios.

En la página web de ESIC Universidad, se encuentra disponible la información sobre **#Requisitos, Admisión y Matrícula#** según la legislación vigente, así como la documentación que tiene que presentar el alumno/a para la matriculación, dependiendo del grupo de acceso y de los estudios cursados.

El **perfil de ingreso** recomendado al Grado en Marketing / Bachelor in Marketing es el de estudiantes con el Bachillerato desde cualquiera de sus modalidades y la Prueba de Acceso a la Universidad.



Sus capacidades incluirán una madurez personal y social que permitirá actuar de forma responsable y autónoma, poseer los hábitos de lectura, estudio y disciplina.

Además, es deseable que el alumnado de esta titulación posea una serie de características y habilidades, tales como:

- Carácter sociable y extrovertido
- Capacidad para las relaciones personales.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Capacidad de acción e iniciativa.

Órgano responsable.

El órgano competente responsable de la admisión al Título es el Comité de Admisión, compuesto por la Dirección Académica de ESIC Universidad, la Dirección del Grado y la Dirección de Admisiones de ESIC Universidad.

La función de dicha Comisión es permitir una relación ordenada de candidatos en caso de un exceso de la demanda frente a la oferta del Título y para ello se basarán en los resultados obtenidos en el proceso de admisión que se declara a continuación:

- Expediente académico: 50%
- Resolución de caso práctico: 30%
- Entrevista personal: 20%

En la entrevista de admisión, sigue un esquema orientativo el cual se declara a continuación:

1. Evolución académica del alumno (modalidad de bachillerato elegida, estancias internacionales, cursos complementarios).
2. Otras actividades realizadas, deporte, música, idiomas, voluntariado,
3. Experiencia profesional.
4. Intereses, contenidos o competencias de más interés para el alumno.
5. Motivación por la titulación y la universidad.
6. Puntos fuertes y puntos a mejorar.
7. Explicación de las diferentes pruebas que conforman el proceso.
8. Dudas o preguntas del alumno.

At ESIC University the admission process is carried out under equal conditions for all places offered, regardless of the district of origin or place of residence, accompanying students throughout the admission process, providing them with personalised information about the Bachelor, the access requirements according to their academic situation and offering academic guidance.

For the purposes of the admission procedure, ESIC University is considered a Private University, with its own access regulations, complying with the requirements for access to official undergraduate university studies, the basic characteristics of the entrance exam and the basic regulations of the admission procedures indicated in Royal Decree 534/2024, of 11 June. ~~with the requirements for access to official university studies indicated in Royal Decree 412/2014, of 6 June (BOE of 7 June).~~

ACCESS REQUIREMENTS Students who meet the requirements of current legislation for admission to the University may apply for admission to the first year of the Bachelor.

In the case of studying the Degree in English, students must accredit a B2 level in that language, with a maximum of two years' standing at the time of the admission process.

Students from other countries who wish to access the Degree in the Spanish modality must accredit a B2 certificate in Spanish, with a maximum of two years' standing at the time of the admission process, provided that they are not Spanish speakers.

WAYS OF ACCESS

University Entrance Assessment Test. EvAU, PAU and Spanish Education System regulations prior to Organic Law 8/2013, of 9 December. Students who have passed the University Entrance Examination or Evaluation or equivalent (COU prior to the 1974/ 1975 academic year, Pre-university and State Examination) at any Spanish university. Including tests organised by the UNED.

Educational systems of the EU and other countries with reciprocity agreements. Students who meet the requirements for university entrance in the education systems of European Union member countries, including holders of the International Baccalaureate, European Baccalaureate, those from the Swiss education system and students from the Chinese education system, in addition to the education systems of Iceland, Norway and Liechtenstein, without prejudice to the specific tests that may be required for access to certain courses.

Foreign education systems with passed UNED exams. Foreign students who do not come from educational systems of the European Union or with reciprocity agreement, with UNED Accreditation and accredited Baccalaureate Modality. Without prejudice to the additional requirements that may be demanded for admission to certain courses.

Vocational training and equivalents. Vocational Training students in possession of official qualifications of Higher Technician, Higher Technician in Plastic Arts and Design, or Higher Sports Technician of the Spanish educational system and qualifications declared homologated or equivalent.

University graduates. Students in possession of an official university degree, Master's degree, University Diploma, Technical Architect, Technical Engineer, Graduate, Architect, Engineer or equivalent qualifications.

A recognised baccalaureate. Students who have not passed any university entrance exam from foreign education systems and whose qualification has been recognised as equivalent to the Spanish Baccalaureate.



The following access routes are excluded from this general admission process, as there is a specific process for students coming from the following access routes:

- Transfers from another University to continue the same studies at ESIC University. Students must have passed a minimum of 30 credits.
- People over 25 years of age who pass the entrance exam established in the current legislation. People over 40. People over 40 years of age with work or professional experience related to education.
- People over 45. People over 45 years of age who pass the entrance examination established in this Royal Decree.

Complementary training requirements prior to the recognition of foreign qualifications. Students with total foreign university studies who, after applying for the recognition of their degree at the Spanish Ministry of Education, must complete Complementary Training Requirements.

Partial validation of foreign studies. Students with partial or total foreign university studies who have not had their degree recognised in Spain.

DOCUMENTATION REQUIRED

A) DOCUMENTATION TO BE PRESENTED BY ALL STUDENTS

- DNI, NIE or Passport
- Colour photograph (passport type)
- Baccalaureate or original qualification.
- Required documentation according to access group

B) DOCUMENTATION REQUIRED ACCORDING TO ACCESS ROUTE

New students must provide the following documentation accrediting the access route:

Access group	Student Access Pathway Studies studied	Documentation
1	1.1.	Exams/Evaluation University Entrance Exams
		Passed exams or assessment or university entrance examination card (marks in all subjects of the tests must be shown)
	Previous Spanish Education System Ordinances	COU (previous 74/75) Pre-university State Examination
	Students coming from the EU and other countries with reciprocity agreements.	Schooling Book (PREU, plus maturity test card)
1	1.2.	Students coming from the EU and other countries with reciprocity agreements.
	Educational systems foreigners (with passed UNED exams)	Accreditation issued by UNED (provisional or definitive)
	Vocational Training 2nd grade	Accreditation issued by the UNED with recognition of the baccalaureate modality (provisional or definitive).
	Vocational module Level 3	Academic certification with grades (divided by areas) Specialist Technician's degree (or proof of application)
	Higher Level Training Cycle	Academic certification with grades and final average mark Higher Technical Degree (or proof of application) o Grade book
2	University graduates (or equivalent)	Academic certification with grades and final average mark Higher Technical Degree (or proof of application) o Grade book
3	Baccalaureate without entrance exams	Academic transcript with grades University Degree (or proof of application)
		Official recognition credential with official grade point average (issued by MIEFP) Provisional proof of having applied for the homologation of the baccalaureate may be provided.

Provisional Accreditation issued by the UNED. Students who provide Provisional Accreditation issued by the UNED may take part in the admission process, but their admission and enrolment will be provisional and will be conditional on the issuing of the definitive accreditation of qualifications.

Official accreditation credential with official average mark (issued by MIEFP). Provisional proof of having applied for the Baccalaureate Homologation can be provided. Students who provide this receipt will be able to take part in the admission process, but their admission and enrolment will be provisional and will be conditional on the issue of the definitive accreditation of grades.

Accreditation of specific circumstances of students:

Students with disabilities. Certificate of degree of disability issued by the Institute for the Elderly and Social Services (IMSERSO) or competent body of the corresponding Autonomous Community equal to or greater than 33%.

High-level sportspersons. Accreditation issued by the Higher Sports Council.

High-performance sportspersons. Accreditation issued by the Higher Sports Council or Credential issued by the Autonomous Community.

Large family. Certified photocopy of the general or special large family book or card or accreditation certificate.

Students with special educational needs N.E.E. Certificate of degree of disability issued by the IMSERSO or competent body of the corresponding Autonomous Community.

ESIC University reserves 5% of its places for students with disabilities, 3% for high-level sportsmen and women and 1% for university graduates.



On the ESIC University website, you will find information on #Requirements, Admission and Enrolment# according to current legislation, as well as the documentation that students must present for enrolment, depending on the access group and the studies studied.

The recommended entry profile for the Bachelor is that of students with the Baccalaureate from any of its modalities and the University Entrance Examination.

Their abilities will include a personal and social maturity that will allow them to act in a responsible and autonomous way, to have reading, study and discipline habits.

In addition, it is desirable for students on this degree to possess a series of characteristics and skills, such as:

- Sociable and extroverted character.
- Ability for personal relationships.
- Ability to work in a team.
- Capacity for action and initiative.

Responsible body.

The competent body responsible for admission to the Degree is the Admissions Committee, made up of the Academic Management of ESIC University, the Degree Management and the Admissions Management of ESIC University.

The function of this Committee is to allow an orderly list of candidates in case of an excess of demand compared to the offer of the Degree and for this purpose it will be based on the results obtained in the admission process stated below:

- Academic record: 50%.
- Resolution of a practical case study: 30%.
- Personal interview: 20%.

In the admission interview, follows an indicative scheme which is stated below:

1. Academic progress of the student (bachelor's degree chosen, international stays, complementary courses, etc.).
2. Other activities carried out, sport, music, languages, voluntary work, etc.
3. Professional experience.
4. Interests, contents or competences of most interest to the student.
5. Motivation for the degree and the university.
6. Strong points and points for improvement.
7. Explanation of the different tests that make up the process.
8. Doubts or questions from the student.

Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes de la Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza

Los requisitos de acceso son los mismos que los declarados anteriormente para ESIC Universidad.

Proceso de admisión

El órgano competente responsable de la admisión al Título es el Comité de Admisión, compuesto por la Dirección Académica de la Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza, la Dirección del Grado y la Dirección de Admisiones de la Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza.

La función de dicha Comisión es permitir una relación ordenada de candidatos en caso de un exceso de la demanda frente a la oferta del Título y para ello se basarán en los resultados obtenidos en el proceso de admisión que se declara a continuación:

- Expediente académico: 50%
- Resolución de caso práctico: 30%
- Entrevista personal: 20%

En la entrevista de admisión, sigue un esquema orientativo el cual se declara a continuación:

1. Evolución académica del alumno (modalidad de bachillerato elegida, estancias internacionales, cursos complementarios).
2. Otras actividades realizadas, deporte, música, idiomas, voluntariado,
3. Experiencia profesional.
4. Intereses, contenidos o competencias de más interés para el alumno.
5. Motivación por la titulación y la universidad.
6. Puntos fuertes y puntos a mejorar.
7. Explicación de las diferentes pruebas que conforman el proceso.
8. Dudas o preguntas del alumno.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos cursados en centros de formación profesional de grado superior

MÍNIMO	MÁXIMO
0	60

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios



MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Adjuntar Título Propio	
Ver Apartado 3: Anexo 2.	
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	24
DESCRIPCIÓN	
<p>Sistema de Transferencia y Reconocimiento de Créditos:</p> <p>Normativa de ESIC Universidad, en el siguiente link</p> <p>Normativa Aplicable</p> <p>El artículo 36 de la Ley Orgánica 6/2001 de 21 de diciembre, de Universidades, modificado por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, dispone que el Gobierno, previo informe del Consejo de Universidades, regulará los criterios generales a que habrán de ajustarse las Universidades en materia de convalidación y adaptación de estudios cursados en centros académicos españoles o extranjeros.</p> <p>Reconocimiento y transferencia de créditos. El Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales lo señala en su artículo 10.</p> <p>Reconocimiento de créditos. En el mencionado Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, se recoge y desarrolla la figura del reconocimiento de créditos, mediante la cual se produce la aceptación por parte de una Universidad de los créditos obtenidos en otras enseñanzas oficiales, de tal modo que sean computados a efectos de la obtención de un Título Oficial.</p> <p>Reconocimiento de la experiencia laboral o profesional. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, introduce la posibilidad de validar a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional, siguiendo los criterios y recomendaciones de las declaraciones europeas.</p> <p>Enseñanzas de Formación Profesional. El Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, que regula el reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, señalando que corresponde a las universidades el reconocimiento de los estudios oficialmente acreditados de enseñanzas superiores artísticas, deportivas o de formación profesional, a efectos de cursar programas de estudios conducentes a la obtención de títulos universitarios de grado.</p> <p>Transferencia de créditos. También se establece la transferencia de créditos que implica la inclusión en los documentos académicos oficiales de la totalidad de los créditos obtenidos por el alumno en enseñanzas oficiales que no hayan conducido a la obtención de un Título Oficial.</p> <p>Aprobado por Acuerdo del Comité de Dirección de ESIC Universidad de 14 de mayo 2021</p> <p>El reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores oficiales no universitarias se registrará por las tablas aprobadas por la Comunidad de Madrid, las cuales se pueden ver en el siguiente link:</p> <p>https://www.esic.edu/pdf/university/tabla_reconocimiento_creditos_ciclos_GRMK_BDM.pdf</p> <p>En el caso de Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional, solo se podrán reconocer créditos de la asignatura Prácticas Académicas Externas. Se reconocerán hasta 6 ECTS por 12 meses de experiencia profesional acreditada.</p> <p>Esta opción podrá darse, tal y como establece el RD 822/2021 en el artículo 10.4, cuando esa experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del Grado en Marketing. De igual modo, podrán ser reconocidos los créditos superados y cursados en estudios universitarios propios de las universidades o de otros estudios superiores oficiales.</p>	
3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA	



El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de ESIC Universidad es el máximo responsable del diseño, ejecución y seguimiento de las actividades académicas internacionales a través de sus dos unidades.

Por un lado, la Dirección de Programas Internacionales que coordina las relaciones académicas internacionales de la Universidad y es responsable del diseño de los programas de corta duración (Summer Camps, Summer Courses y Study Tours), y de aquellos programas de larga duración (Dual, Double y Joint Degrees) que la Universidad pone en marcha para favorecer la visión y la experiencia internacional de nuestro alumnado.

Por otro, la Oficina de Relaciones Internacionales, encargada de la atención al alumnado internacional tanto Incoming como Outgoing en todos estos programas y, especialmente dedicada a la gestión y cumplimiento de los procesos de movilidad internacional del alumnado de nuestros grados y máster universitarios.

Por tanto, es responsabilidad de este Vicerrectorado colaborar activamente para favorecer la construcción de un nuevo espacio europeo y cumplir así uno de los objetivos de la política general de la Universidad. Para ello, facilita información y asesoramiento a la comunidad universitaria sobre las diferentes acciones de formación en el ámbito internacional de la educación superior y gestiona y desarrolla los programas, tanto internacionales como nacionales, de movilidad de estudiantes y profesores. En la página web de la Universidad, se puede encontrar toda la información referente a la movilidad en el ámbito universitario

ESIC Universidad participa activamente en los programas de movilidad del alumnado tanto a nivel internacional como nacional y dispone de la ECHE con código Erasmus E MADRID232. https://www.esic.edu/sites/default/files/2022-02/ECHE_ESIC_University.pdf

La Universidad, dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), participa en el Programa de Aprendizaje Permanente # **Erasmus+ (Life-long Learning Programme - Erasmus)**. Dentro de este programa se han firmado acuerdos con las mejores universidades europeas. Y ESIC Universidad, en cumplimiento con los nuevos criterios de garantía de calidad exigidos por la Comisión Europea, desarrolla todo el proceso en el entorno digital, a través de la Plataforma EWP (Erasmus without Papers). El procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumnado. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica, y se cumplen con los procesos de aseguramiento de la calidad a través de la firma de los correspondientes #learning agreements# que pueden ser consultados en todo momento a través de la plataforma EWP.

Erasmus+ es el programa de la UE para apoyar la educación, la formación, la juventud y el deporte en Europa. Y para el período 2021-2027, el programa hace especial hincapié en la inclusión social, las transiciones ecológica y digital, y el fomento de la participación de las personas jóvenes en la vida democrática.

Apoya las prioridades y actividades establecidas en el Espacio Europeo de Educación, el Plan de Acción de Educación Digital y la Agenda de Capacidades Europea. El programa también apoya el pilar europeo de derechos sociales, aplica la Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027, y desarrolla la dimensión europea del deporte.

ESIC Universidad, tomando en consideración la importancia de la experiencia internacional para el alumnado mantiene igualmente acuerdos académicos internacionales con instituciones de educación superior fuera del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), desarrollando programas de movilidad del alumnado fuera del Programa Erasmus, a través de los Programas Propios de ESIC Universidad, Global Terra y Munde.

Por otra parte, a través de ESIC Idiomas se fomenta el estudio y la práctica de las lenguas extranjeras entre los alumnos, el profesorado, y todo el personal de la Universidad, así como entre todas aquellas personas mayores de edad interesadas en el aprendizaje de idiomas modernos. Todos los programas de los cursos organizados por ESIC Idiomas corresponden a las directrices de los niveles de competencia lingüística recogidos en el documento del Consejo de Europa denominado: #El Marco Común de Referencia para las Lenguas#. Por lo tanto, estos cursos están orientados a:

Una mejor competencia lingüística del alumnado

La preparación de exámenes oficiales

La promoción de la movilidad universitaria internacional

Los estudiantes podrán disfrutar los programas de movilidad ofertados por ESIC Universidad hasta un semestre, equivalente a 30 ECTS.

El alumnado deberá poseer un conocimiento suficiente de la lengua exigida en la plaza correspondiente. En este sentido, se establece como requisito imprescindible para optar a una plaza de movilidad estar en posesión y poder acreditar un nivel C1 como mínimo.

EVALUACIÓN DE LAS ACCIONES DE MOVILIDAD

Las acciones de movilidad poseen mecanismos de evaluación que pueden diferir de unas a otras. De manera común a todos los programas, la Oficina de Relaciones Internacionales de ESIC Universidad realiza un exhaustivo seguimiento del mismo, mediante la realización de encuestas a los alumnos tanto de acogida como propios. Además, también desde el Servicio de Relaciones Internacionales, se organizan visitas a las Universidades con las que se tiene convenio con el fin de garantizar y evaluar la calidad de las mismas.

En lo relativo a mecanismos concretos, el Programa Erasmus de la Unión Europea posee su propio mecanismo de evaluación, mediante el análisis y control de algunos destinatarios del programa elegidos a partir de un muestreo aleatorio realizado por el Organismo Autónomo de Programas Europeos (externo a la Universidad).

Además, todos los beneficiarios de acciones de movilidad relacionadas con la titulación responden un cuestionario que posteriormente es evaluado por la Comisión para la Garantía de la Calidad. De este modo, se valoran especialmente las propuestas tanto de los alumnos propios como de los alumnos de acogida para la revisión y mejora del desarrollo del plan de estudios.

MECANISMOS DE ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS

La titulación dispone de dos Gestores de Intercambio Académico que se encargan de garantizar el mecanismo de asignación de créditos.

En el caso del Programa Erasmus+, tal y como ya se ha mencionado, el procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica. En este



caso, los Gestores Docentes se encargan de orientar y ayudar a los alumnos a elegir correctamente las asignaturas, en coordinación con su contraparte en las Universidades extranjeras.

En el caso del programa MUNDE, dado que las instituciones externas son todas ajenas al sistema ECTS, el mecanismo consiste también en evaluar la carga de trabajo en créditos ECTS de los cursos de las instituciones externas y, en base a esta evaluación, determinar la asignación correcta de créditos. De esta asignación y evaluación se encargan también los Gestores Docentes. Una vez determinada la equivalencia, se firma un acuerdo académico que vincula a las tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno.

MECANISMOS DE APOYO A LOS ALUMNOS EN MOVILIDAD

Toda la información relativa a programas de movilidad se encuentra disponible en la página Web de la Universidad. Además, ESIC Universidad cuenta con una Oficina de Relaciones Internacional. Desde esta oficina se da soporte administrativo a los alumnos. Este soporte incluye información sobre convenios, becas, seguros, etc. El soporte académico lo proporcionan los Gestores de intercambio (Outgoing Managers), que proporcionan a los alumnos información sobre posibles destinos, perfiles de los destinos y adecuación de los alumnos a los perfiles. Así mismo se ofrece un apoyo y seguimiento personalizado e individualizado a los colectivos en condiciones específicas tal y como recoge la Estrategia de Inclusión y Diversión del Programa Erasmus+ para el periodo 2021-2027: http://sepie.es/doc/convocatoria/2023/estrategia_de_inclusion_y_diversidad_del_sepie.pdf

AYUDAS A LA MOVILIDAD

Todos los programas son cofinanciados por la Universidad. El Programa Erasmus+ dispone de organismos o instituciones externas que proporcionan ayudas financieras adicionales a los alumnos: Ministerio de Universidades, Unión Europea, Santander Universidades y la Comunidad de Madrid.

El programa MUNDE es financiado por la Universidad y sus beneficiarios pueden además optar a becas del Banco de Santander.

ESIC Universidad gestionará la movilidad del alumnado del Grado en Marketing de la Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza

A continuación, se detallan las Universidades con las que ESIC Universidad tiene convenio para que el alumnado del Grado en Marketing / Bachelor in Marketing pueda realizar algún programa de movilidad, tanto para ESIC Universidad como para Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza

PAIS	UNIVERSIDAD
ALEMANIA	OSTBAYERISCHE TECHNISCHE HOCHSCHULE AMBERG-WEIDEN
ALEMANIA	HOCHSCHULE AUGSBURG
ALEMANIA	FACHHOCHSCHULE DORTMUND
ALEMANIA	HSBA HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
ALEMANIA	BSP BUSINESS & LAW SCHOOL
ALEMANIA	MUNICH BUSINESS SCHOOL
ALEMANIA	Universität Hamburg
ALEMANIA	UNIVERSITY OF MÜNSTER, SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS
ARGENTINA	UNIVERSIDAD DE BELGRANO
ARGENTINA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA ARGENTINA
ARGENTINA	UNIVERSIDAD DE SAN ANDRES
BÉLGICA	ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL
BÉLGICA	KDG UNIVERSITY
CHILE	UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
CHINA	SOUTH WESTERN UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS
CHINA	UNIVERSITY OF NOTTINGHAM NINGBO
COLOMBIA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
COREA DEL SUR	INHA
CROACIA	UNIVERSITY OF SPLIT
CROACIA	VERN UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
ESLOVAQUIA	CATHOLIC UNIVERSITY IN RUZOMBEROK
ESTADOS UNIDOS	SAN DIEGO STATE UNIVERSITY
ESTONIA	ESTONIAN BUSINESS SCHOOL
FINLANDIA	TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
FRANCIA	BSB BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS
FRANCIA	GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT
FRANCIA	GROUPE ESSCA
FRANCIA	INSEEC BORDEAUX
FRANCIA	INSEEC LYON
FRANCIA	INSEEC PARIS
FRANCIA	BBA INSEEC ECE BORDEAUX
FRANCIA	ESSEC BUSINESS SCHOOL
FRANCIA	EXCELIA GROUP
FRANCIA	ECOLE DE MANAGEMENT DE NORMANDIE (LE HAVRE/CAEN)
FRANCIA	BBA INSEEC ECE LYON
FRANCIA	PSB PARIS SCHOOL OF BUSINESS
FRANCIA	EBS PARIS
FRANCIA	ASSOCIATION LEONARD DE VINCI



FRANCIA	ISCOM PARIS
FRANCIA	BBA INSEEC PARIS
FRANCIA	NEOMA BUSINESS SCHOOL (REIMS/ROUEN)
FRANCIA	UNIVERSITY OF STRASBOURG
FRANCIA	TOULOUSE BUSINESS SCHOOL
FRANCIA	KEDGE BUSINESS SCHOOL
FRANCIA	SKEMA BUSINESS SCHOOL
GRECIA	UNIVERSITY OF WEST ATTICA
HUNGRÍA	BUDAPEST METROPOLITAN UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
HUNGRÍA	UNIVERSITY OF PECS
ISRAEL	BAR-ILAN UNIVERSITY
ITALIA	UNIVERSITA DEGLI STUDI DI BRESCIA
ITALIA	LIBERA UNIVERSITA DI LINGUA E COMUNICAZIONE-IULM UNIVERSITY
ITALIA	UNIVERSITA DEGLI STUDI DI TERAMO
ITALIA	SAPIENZA-UNIVERSITA DI ROMA
ITALIA	UNIVERSITA CA FOSCARI VENEZIA
LETONIA	EKONOMIKAS UN KULTURAS AUGSTSKOLA
LITUANIA	ISM UNIVERSITY OF MANAGEMENT AND ECONOMICS BS
LITUANIA	INTERNATIONAL SCHOOL OF LAW AND BUSINESS
MACEDONIA DEL NORTE	UNIVERSITY AMERICAN COLLEGE SKOPJE
MARRUECOS	UNIVERSITE INTERNATIONALE DE RABAT
NORUEGA	UNIVERSITY OF AGDER, KRISTIANSAND AND GRIMSTAD
PAISES BAJOS	ROTTERDAM UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
PAISES BAJOS	AMSTERDAM UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
PAISES BAJOS	FONTYS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (TILBURG)
PAISES BAJOS	FONTYS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (VENLO)
PERÚ	UNIVERSIDAD ESAN
PERÚ	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA
POLONIA	POZNAN UNIVERSITY OF ECONOMICS
POLONIA	KOZMINSKI UNIVERSITY
PORTUGAL	ISCTE-IUL-UNIVERSITY INSTITUTE OF LISBON
PORTUGAL	IPAM-LISBOA
PORTUGAL	ISAG EUROPEAN BUSINESS SCHOOL
PORTUGAL	ISEG
PORTUGAL	IPAM-PORTO
PUERTO RICO	UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
REINO UNIDO	THE QUEEN'S UNIVERSITY OF BELFAST
REINO UNIDO	UNIVERSITY OF CHESTER
REINO UNIDO	UNIVERSITY OF STRATHCLYDE
REINO UNIDO	NORTHUMBRIA UNIVERSITY
REINO UNIDO	NOTTINGHAM TRENT UNIVERSITY
REINO UNIDO	UNIVERSITY OF PLYMOUTH
REPUBLICA CHECA	CZECH UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES PRAGUE
REPUBLICA CHECA	UNIVERSITY OF NEW YORK IN PRAGUE (UNYP)
RUMANIA	UNIVERSITATEA BABES-BOLYAI
SUDAFRICA	STELLENBOSCH UNIVERSITY
SUECIA	KARLSTADS UNIVERSITET
SUIZA	ZHAW-SCHOOL OF MANAGEMENT AND LAW
TURQUIA	IZMIR UNIVERSITY OF ECONOMICS
URUGUAY	UNIVERSIDAD ORT URUGUAY

Políticas de Movilidad Internacional: <https://www.esic.edu/pdf/university/Políticas-de-Movilidad-Internacional-ESIC-University.pdf>

Más información sobre la movilidad: <https://www.esic.edu/university/internacional>

Más información sobre la movilidad:

Grado en Marketing:

<https://www.esic.edu/grados/grado-en-marketing/ficha-tecnica#collapse-5118-5>



4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS		
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 4: Anexo 1.		
NIVEL 1: Empresa / Business		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	19,5	
NIVEL 2: Introducción a la Empresa / Introduction to Corporations		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
CO2 - Describir los diferentes tipos de empresas, así como las herramientas de análisis empresarial y las diferentes funciones de la dirección y el proceso de dirección estratégica. // Describe the different types of companies, as well as the tools of business analysis and the different functions of management and the strategic management process. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Dirección de Recursos Humanos / Human Resources Management		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Dirección de Producción / Production Management		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA7 - Trabajar en equipos multidisciplinares aceptando el potencial de la diversidad como oportunidad de aprendizaje, trabajando de forma colaborativa para alcanzar la meta común. // Work in multidisciplinary teams accepting the potential of diversity as a learning opportunity, working collaboratively to achieve a common goal. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Dirección Estratégica / Strategic Management		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO2 - Describir los diferentes tipos de empresas, así como las herramientas de análisis empresarial y las diferentes funciones de la dirección y el proceso de dirección estratégica. // Describe the different types of companies, as well as the tools of business analysis and the different functions of management and the strategic management process. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Estadística y Matemáticas / Statistics and Mathematics		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	16,5	
NIVEL 2: Matemáticas aplicadas al Marketing / Mathematics applied to Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
CO3 - Conocimientos de matemáticas financieras aplicadas al marketing. // Knowledge of financial mathematics applied to marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Estadística aplicada al Marketing / Applied Statistics to Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Métodos de Decisión aplicados al Marketing / Decision Making Methods Applied to Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Sociología / Sociology		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	10,5	
NIVEL 2: Sociología de la Empresa / Corporate Sociology		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA7 - Trabajar en equipos multidisciplinares aceptando el potencial de la diversidad como oportunidad de aprendizaje, trabajando de forma colaborativa para alcanzar la meta común. // Work in multidisciplinary teams accepting the potential of diversity as a learning opportunity, working collaboratively to achieve a common goal. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO6 - Describir los cambios sociales y culturales, así como el desarrollo del comercio. // Describe the social and cultural changes and the development of trade. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Psicología aplicada al Marketing / Psychology applied to Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	



DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 1: Derecho / Law		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	15	
NIVEL 2: Derecho Civil / Civil Law		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	12 Derecho y especialidades jurídicas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA7 - Trabajar en equipos multidisciplinares aceptando el potencial de la diversidad como oportunidad de aprendizaje, trabajando de forma colaborativa para alcanzar la meta común. // Work in multidisciplinary teams accepting the potential of diversity as a learning opportunity, working collaboratively to achieve a common goal. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Conocer las fuentes del derecho, la normativa jurídica, así como la normativa legal que aplica al mercado en el ámbito del marketing. // Knowledge of the sources of law, legal regulations, as well as the legal regulations that apply to the market in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado / Mercantile Law: Legal Regulation of the Market		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Conocer las fuentes del derecho, la normativa jurídica, así como la normativa legal que aplica al mercado en el ámbito del marketing. // Knowledge of the sources of law, legal regulations, as well as the legal regulations that apply to the market in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social/ Labour and Social Security Law		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		



ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO4 - Conocer las fuentes del derecho, la normativa jurídica, así como la normativa legal que aplica al mercado en el ámbito del marketing. // Knowledge of the sources of law, legal regulations, as well as the legal regulations that apply to the market in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 1: Humanidades / Humanities		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	18	
NIVEL 2: Historia de la Cultura Comercial y Sociedad / History of the Commercial Culture and Society		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO6 - Describir los cambios sociales y culturales, así como el desarrollo del comercio. // Describe the social and cultural changes and the development of trade. TIPO: Conocimientos o contenidos		



NIVEL 2: Historia Económica y del Marketing / Economic and Marketing History		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO7 - Conocer la evolución de las ideas económicas, así como el crecimiento mundial y español. // To understand the evolution of economic ideas, as well as world and Spanish growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Responsabilidad y Marketing Social Corporativo / Responsibility and Corporate Social Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply		



with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Informática / Computing		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Informática aplicada al Marketing / Computer Science Applied to Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	24 Ingeniería informática y de sistemas	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Marketing		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	111	
NIVEL 2: Introducción al Marketing / Introduction of Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		



CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Marketing Estratégico / Strategic Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Política de Producto / Product Policy		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research)		



knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias

HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas

HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas

CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias

CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias

CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias

CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos

CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias

NIVEL 2: Investigación de Mercados I / Market Research I

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER Obligatoria

ECTS NIVEL 2 4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1

ECTS Semestral 2

ECTS Semestral 3

ECTS Semestral 4

ECTS Semestral 5

ECTS Semestral 6

4,5

ECTS Semestral 7

ECTS Semestral 8

ECTS Semestral 9

ECTS Semestral 10

ECTS Semestral 11

ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias

CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias

CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias

HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas



HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Dirección de Ventas / Sales Management		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Comportamiento del Consumidor / Consumer Behaviour		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		



CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Marketing Industrial y de Servicios / Industrial and Services Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in		



a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos

NIVEL 2: Política de Distribución y Comercio Electrónico / Distribution Policy and eCommerce

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias

CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias

HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas

HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas

CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias

CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias

CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias

HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas

HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas

CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos



CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Política de Precios y Costes / Price and Cost Policy		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		



CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Investigación de Mercados II / Market Research II		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in		



a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos

CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos

CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias

NIVEL 2: Técnicas de Negociación Comercial / Commercial Negotiation Techniques

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias

CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias

HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas

HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas

CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos

NIVEL 2: Marketing Relacional, Directo e Interactivo / Relational, Direct and Interactive Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO13 - Conocer los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva del Marketing. // To understand the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Marketing, Sistemas de Información aplicados y Automatización basada en Datos / Applied Information Systems and Data Driven Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Plan de Marketing / Marketing Plan		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Marketing Interno / Internal Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Marketing y Dirección de Comunicación / Marketing and Communication Management		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las principales técnicas de comunicación en marketing y comunicación interpersonal con los distintos públicos objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa. // To know the main communication techniques in marketing and interpersonal communication with the different target audiences: both internal and external to the company. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		



CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior / Global Marketing and International Trade		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Marketing Político / Political Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Marketing Sectorial / Industry-Specific Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		



CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Estrategias de Marketing Digital / Digital Marketing Strategies		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		



CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Analíticas y Métricas de Marketing Digital / Analytics and Metrics of Digital Marketing		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Nuevas Tendencias en Marketing y Ventas / New Trends in Marketing and Sales		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		



CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Análisis y Previsión de Ventas / Sales Analysis and Forecast		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		



HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
HA6 - Gestionar la función de ventas y comercial de una empresa u organización, así como sus procesos, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades. // Manage the sales and commercial function of a company or organisation, as well as its processes, understanding its competitive and institutional position and identifying its strengths and weaknesses. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA5 - Identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing. // Correctly identify and analyse the factors that influence consumer behaviour from a marketing perspective. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Economía / Economy		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	21	
NIVEL 2: Economía I. Microeconomía / Economics I. Microeconomics		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Economía II: Macroeconomía/ Economics II: MacroEconomics		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Análisis Económico-Financiero en Marketing I / Economic-Financial Analysis in Marketing I		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5



ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO10 - Conocer los conceptos básicos de la disciplina contable, así como las bases para su análisis, con el objetivo de saber interpretar la información contenida en las cuentas anuales. // To know the basic concepts of the accounting discipline, as well as the bases for its analysis, in order to know how to interpret the information contained in the annual accounts. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 2: Análisis Económico-Financiero en Marketing II / Economic-Financial Analysis in Marketing II		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO10 - Conocer los conceptos básicos de la disciplina contable, así como las bases para su análisis, con el objetivo de saber interpretar la información contenida en las cuentas anuales. // To know the basic concepts of the accounting discipline, as well as the bases for its analysis, in order to know how to interpret the information contained in the annual accounts. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO12 - Entender el impacto del entorno histórico-jurídico-económico en la empresa y en especial en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional. // To understand the impact of the historical-legal-economic environment on the company and especially on the area of marketing at national and international level. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 1: Idioma Moderno / Modern Language		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Idioma Moderno / Modern Language		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	ÁMBITO	
Básica	16 Filología, estudios clásicos, traducción y lingüística	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las principales técnicas de comunicación en marketing y comunicación interpersonal con los distintos públicos objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa. // To know the main communication techniques in marketing and interpersonal communication with the different target audiences: both internal and external to the company. TIPO: Conocimientos o contenidos		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 1: Reconocimiento Académico de Créditos / Academic Recognition of Credits		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Reconocimiento académico de créditos / Academic Recognition of Credits		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
HA11 - Participar en actividades universitarias de cooperación, solidarias, culturales, deportivas y de representación estudiantil. // Participate in university cooperation, solidarity, cultural, sporting and student representation activities. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 1: Prácticas Académicas Externas / External Academic Internships		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	24	
NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas / External Academic Internships		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	24	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	24	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas		



HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas		
HA9 - Aplicar los conceptos fundamentales relativos al régimen jurídico, contable y económico, que afecta al mercado y en particular a la empresa y sus decisiones. // Apply the fundamental concepts relating to the legal, accounting and economic regime, which affects the market and in particular the company and its decisions. TIPO: Habilidades o destrezas		
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias		
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias		
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias		
NIVEL 1: Trabajo Fin de Grado / End of Degree Project		
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1		
ECTS NIVEL1	6	
NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado / End of Degree Project		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		



CP7 - Seleccionar fuentes de información fiables que cumplan los principios éticos y permitan la elaboración de informes y análisis para la adecuada toma de decisiones que favorezca el crecimiento empresarial. // Select reliable sources of information that comply with ethical principles and allow the preparation of reports and analyses for appropriate decision-making that favours business growth. TIPO: Competencias	
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas	
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas	
HA2 - Utilizar las técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos propios de la investigación científica, respetando la legalidad y los principios éticos. // Use the quantitative and qualitative research techniques and instruments of scientific research, respecting legality and ethical principles. TIPO: Habilidades o destrezas	
HA3 - Aplicar las técnicas basadas en la extracción, transformación y en el análisis de datos, que permitan tomar decisiones orientadas a la adecuada gestión del marketing. // Apply techniques based on the extraction, transformation and analysis of data, which allow decisions to be taken aimed at the adequate management of marketing. TIPO: Habilidades o destrezas	
HA4 - Utilizar las herramientas y plataformas digitales necesarias que permitan una adecuada planificación y ejecución de la estrategia de marketing, tanto tradicional como digital. // Use the necessary digital tools and platforms to enable proper planning and execution of the marketing strategy, both traditional and digital. TIPO: Habilidades o destrezas	
HA8 - Desarrollar estudios de mercado, con el objetivo de analizar, interpretar y presentar los datos en informes para ayudar a las empresas a entender a sus consumidores y mercados. // To develop market research, with the aim of analysing, interpreting and presenting data in reports to help companies understand their consumers and markets. TIPO: Habilidades o destrezas	
CP1 - Planificar, ejecutar y gestionar proyectos, tanto en entornos tradicionales como digitales aplicando las herramientas que mejor se adapten, en el ámbito del Marketing y la Empresa. // Plan, execute and manage projects, both in traditional and digital environments, applying the tools best suited to the field of Marketing and Business. TIPO: Competencias	
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias	
CP2 - Identificar las necesidades de los consumidores para desarrollar líneas de productos y/o servicios para estos mercados potenciales. // Identify consumer needs in order to develop product lines and/or services for these potential markets. TIPO: Competencias	
CO10 - Conocer los conceptos básicos de la disciplina contable, así como las bases para su análisis, con el objetivo de saber interpretar la información contenida en las cuentas anuales. // To know the basic concepts of the accounting discipline, as well as the bases for its analysis, in order to know how to interpret the information contained in the annual accounts. TIPO: Conocimientos o contenidos	
CO11 - Identificar las técnicas de distribución y logística más adecuadas para el canal presencial o electrónico. // Identify the most appropriate distribution and logistics techniques for the face-to-face or electronic channel. TIPO: Conocimientos o contenidos	
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos	
CO5 - Comprender y relacionar las técnicas estadísticas, las herramientas informáticas, los métodos de investigación y de análisis de datos en el ámbito del Marketing. // Understand and relate statistical techniques, computer tools, research methods and data analysis in the field of marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos	
CO8 - Describir el proceso de gestión de equipos comerciales, análisis y previsión de ventas, y los modelos de venta tradicional y digital. // Describe the process of sales team management, sales analysis and forecasting, and traditional and digital sales models. TIPO: Conocimientos o contenidos	
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos	
NIVEL 1: Comunicación / Communication	
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1	
ECTS NIVEL1	12
NIVEL 2: Marketing y Técnicas de Comunicación Interpersonal / Marketing and Interpersonal Communication Techniques	
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	
CARÁCTER	ÁMBITO



Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo	
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las principales técnicas de comunicación en marketing y comunicación interpersonal con los distintos públicos objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa. // To know the main communication techniques in marketing and interpersonal communication with the different target audiences: both internal and external to the company. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias		
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias		
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas		
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos		
NIVEL 2: Política de Comunicación y Publicidad Digital / Communication Policy and Digital Advertising		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CO1 - Conocer las principales técnicas de comunicación en marketing y comunicación interpersonal con los distintos públicos objetivos a los que se dirige: tanto a nivel interno como externo a la empresa. // To know the main communication techniques in marketing and interpersonal communication with the different target audiences: both internal and external to the company. TIPO: Conocimientos o contenidos		



CP3 - Organizar, analizar y presentar información empresarial de distinta índole, en el ámbito del Marketing, de manera eficiente y eficaz. // Organise, analyse and present business information of different types, in the field of Marketing, in an efficient and effective manner. TIPO: Competencias
CP6 - Aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas (de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados. // Apply the theoretical, methodological and technical (marketing and market research) knowledge acquired throughout the training, working in a team and developing the skills and abilities of a marketing and market research professional. TIPO: Competencias
HA1 - Exponer información de forma clara y concisa, oral y por escrito, respetando los principios y valores democráticos, en el entorno del marketing. // Present information clearly and concisely, orally and in writing, respecting democratic principles and values, in the marketing environment. TIPO: Habilidades o destrezas
HA10 - Entender las tendencias del mercado, la evolución de la industria y cómo impacta en el marketing. // Understand market trends, industry developments and how they impact marketing. TIPO: Habilidades o destrezas
CP5 - Diseñar y evaluar planes de acción innovadores que permitan alcanzar los objetivos establecidos en marketing. // Design and evaluate innovative action plans to achieve marketing objectives. TIPO: Competencias
CO14 - Comprender las funciones de marketing en un entorno profesional y global, respetando los derechos humanos fundamentales, y de igualdad y promoviendo el crecimiento económico inclusivo y sostenible. // Understand marketing functions in a professional and global environment, respecting fundamental human and equality rights and promoting inclusive and sustainable economic growth. TIPO: Conocimientos o contenidos
CO15 - Conocer la integración coherente de la variable Comunicación en el conjunto de la estrategia de Marketing en la Organización. // To understand the coherent integration of the Communication variable in the organisation's marketing strategy as a whole. TIPO: Conocimientos o contenidos
CO9 - Conocer el Marketing Mix (gestión de productos y/o servicios, precio, distribución y comunicación), tanto nacional como internacional. // Knowledge of the Marketing Mix (management of products and/or services, price, distribution and communication), both nationally and internationally. TIPO: Conocimientos o contenidos
CP4 - Diseñar, planificar e implementar un plan de marketing. // Designing, planning and implementing a marketing plan. TIPO: Competencias

4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1. Lección magistral: Sesiones donde el profesor de forma expositiva presenta un contenido concreto que puede estar apoyado en la utilización de recursos de tecnológicos de presentación. Tras la exposición suele haber un período de explicación de dudas o debate sobre lo expuesto que ayuda a la reflexión sobre el conocimiento transmitido por el profesor. Puede desarrollarse en entornos presenciales o virtuales. // Lecture: Sessions where the teacher presents a specific content in an expository manner, which may be supported by the use of presentation technology resources. After the exposition there is usually a period of explanation of doubts or debate on what has been exposed that helps to reflect on the knowledge transmitted by the teacher. It can take place in face-to-face or virtual environments.
2. Debates: Se utiliza un tema de actualidad, controvertido o conflictivo para discutir de forma dialogada y con normas específicas los diferentes puntos de vista de la temática o los pros y contras de determinadas posturas. Suelen utilizarse debates abierto guiados por el profesor o bien se fuerza a mantener posturas determinadas que deben defender a subgrupos de alumnos. Igualmente puede desarrollarse en entornos presenciales o virtuales. // Debates: A current, controversial or conflictive topic is used to discuss in a dialogued way and with specific rules the different points of view of the subject or the pros and cons of certain positions. Open debates guided by the teacher are usually used, or subgroups of students are forced to defend certain positions. It can also be developed in face-to-face or virtual environments.
3. Estudio de Casos: El profesor estructura situaciones profesionales concretas (hechos, sucesos reales o simulados) que deben analizar los estudiantes y que suelen tener como objetivo el conocimiento más profundo de la situación, su interpretación, la búsqueda de información, el establecimiento de hipótesis con el fin de diseñar soluciones a los problemas detectados; en suma, la aplicación de conocimientos y destrezas a un ámbito #semiprofesional#. Suele desarrollarse en entornos presenciales pero varias plataformas permiten que se desarrolle igualmente en espacios virtuales. // Case Studies: The teacher structures specific professional situations (facts, real or simulated events) that students must analyze and that usually aim at a deeper knowledge of the situation, its interpretation, the search for information, the establishment of hypotheses... in order to design solutions to the problems detected; in short, the application of knowledge and skills to a #semi-professional# field. It is usually developed in face-to-face environments but several platforms allow it to be developed also in virtual spaces.
4. Resolución de Ejercicios y Problemas: Se plantean diferentes problemas que deben resolverse aplicando conocimientos y destrezas adquiridas en la asignatura. Suelen abordar contenidos concretos no necesariamente contextualizados al ámbito profesional. Generalmente se pretende la adquisición y aplicación de estrategias de resolución (concreción del problema, análisis, selección del procedimiento e interpretación del resultado). Puede desarrollarse en espacios presenciales y virtuales. // Exercises and Problem Solving: Different problems are posed that must be solved by applying knowledge and skills acquired in the course. They usually deal with specific contents not necessarily contextualized to the professional field. Generally, the aim is the acquisition and application of resolution strategies (concretion of the problem, analysis, selection of the procedure and interpretation of the result). They can be developed in face-to-face and virtual spaces.
5. Presentaciones: Los alumnos en grupo o individualmente trabajan una determinada temática que puede haber sido asignada por el profesor o elegida por ellos para estructurar un contenido concreto que deben exponer al resto de sus compañeros de clase. Puede posteriormente establecerse alguna acción que guíe al debate a los alumnos. Se suelen utilizar apoyos tecnológicos que faciliten la presentación del tema. Puede emplearse en entornos virtuales o presenciales. // Presentations: Students in groups or individually work on a specific topic that may have been assigned by the teacher or chosen by them to structure a specific content to be presented to the rest of their classmates. Some action can later be established to guide the stu-



den in the debate. Technological supports are usually used to facilitate the presentation of the topic. It can be used in virtual or face-to-face environments.

6. Tutorías: Es el contacto presencial o sincrónico periódico entre profesor y estudiantes, de forma grupal o individual. El profesor orienta a los estudiantes hacia la consecución de un objetivo concreto, revisa o repasa determinados contenidos o bien resuelve dudas sobre los contenidos trabajados en la materia/asignatura. Se considera una actividad formativa si supone asignación de dedicación en horas de forma obligada en los ECTS asignados a la materia. Pueden desarrollarse en entornos presenciales o virtuales. // Tutorials: It is the periodic face-to-face or synchronous contact between teacher and students, in groups or individually. The professor guides the students towards the achievement of a specific objective, reviews or solves certain contents or solves doubts about the contents worked on in the subject/subject. It is considered a training activity if it involves the assignment of hours of dedication in a mandatory way in the ECTS assigned to the subject. They can be developed in face-to-face or virtual environments.

7. Estudio autónomo: El alumno de forma individual, trabaja los contenidos de la asignatura o materia. Suele aplicarse a la adquisición de conocimientos concretos que suelen ser teóricos, aunque también podrían ser práctico. // Self-study: The student works individually on the contents of the subject. It is usually applied to the acquisition of specific knowledge that is usually theoretical, although it could also be practical.

8. Trabajo en equipo: En grupos reducidos de estudiantes se realiza un trabajo o proyecto solicitado por el profesor con una serie de características u objetivos que tienen que elaborar de forma grupal. Estos trabajos pueden ser proyectos, ensayos, análisis, investigaciones. Puede desarrollarse en escenarios presenciales o virtuales. // Teamwork: In small groups of students a work or project requested by the teacher is carried out with a series of characteristics or objectives that have to be developed as a group. These works can be projects, essays, analysis, research... It can be developed in face-to-face or virtual scenarios.

9. Trabajo individual: Puede incluirse en esta actividad el trabajo individual de resolución de problemas, realización de memorias, trabajos o proyectos, lecturas, ensayos que de forma autónoma realiza el alumno. // Individual work: This activity may include individual problem-solving work, reports, papers or projects, readings, essays... that the student carries out autonomously.

10. Supervisión de prácticas académicas externas: Actividades realizadas de forma individual o en pequeños grupos dirigidas por el tutor académico en el entorno universitario de revisión de las experiencias de los alumnos realizadas por el alumno en la institución/empresa de prácticas. Puede conllevar actividades formativas de carácter práctico dirigidas a la adquisición de competencias profesionales. // Supervision of external academic internships: Activities carried out individually or in small groups directed by the academic tutor in the university environment to review the students' experiences carried out by the student in the internship institution/company. It may involve training activities of a practical nature aimed at the acquisition of professional skills.

11. Estancia en instituciones colaboradoras para el desarrollo de prácticas académicas externas: Conjunto de actividades que desarrolla el alumno bajo supervisión del tutor profesional en la institución/empresa que se dirigen a alcanzar los resultados de aprendizaje y de la formación de carácter práctico en un entorno real. // Stay in collaborating institutions for the development of external academic internships: Set of activities developed by the student under the supervision of the professional tutor in the institution/company that are aimed at achieving the results of learning and training of a practical nature in a real environment.

12. Elaboración de la Memoria de Prácticas Académicas Externas. // Elaboration of the External Academic Internship Report

13. Elaboración del Trabajo Fin de Grado. // Elaboration of the End of Degree Project

Trabajo en una organización relacionado con las actividades de marketing. Seminarios. Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas. Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enlaza esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases. Trabajos en grupo. Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado. Preparación de los contenidos teóricos

METODOLOGÍAS DOCENTES

1. Metodología clásica (lecciones magistrales): El profesor asume el protagonismo en el proceso de aprendizaje. Se constituye en transmisor fundamental del contenido y ejerce de intermediario entre el conocimiento y los estudiantes. Puede utilizar diferentes tecnologías de apoyo en su actividad expositiva como son presentaciones, vídeos, etc. y realizar actividades formativas de análisis, reflexión, debates de la información proporcionada, etc. // Classical methodology (lectures): The teacher assumes the leading role in the learning process. He/she is the main transmitter of the content and acts as an intermediary between knowledge and students. He/she can use different support technologies in his/her expository activity such as presentations, videos, etc. and carry out training activities of analysis, reflection, debates on the information provided, etc.
2. Aprendizaje Orientado a Proyectos o Basado en Proyectos (ABP) o Learning by Projects o Project Based Learning (PBL): Los estudiantes realizan un proyecto (o varios) en un tiempo determinado. Los proyectos pueden orientarse a la creación de un producto final, la elaboración de un contenido, el diseño de un programa de intervención profesional o la resolución de un problema. Exige utilizar un proceso adecuado de análisis y recogida de información, planificar los procedimientos, estrategias y recursos necesarios, para el diseño y la elaboración del producto, etc. En este proceso, los estudiantes deben aplicar los conocimientos, destrezas y competencias adquiridas y utilizar los recursos adecuados o disponibles. El profesor actúa como supervisor y asesor del trabajo de los estudiantes. Estos proyectos pueden realizarse en grupo o de manera individual. // Project-oriented or Project Based Learning (PBL) or Learning by Projects or Project Based Learning (PBL): Students carry out a project (or several) in a given time. Projects can be oriented towards the creation of a final product, the development of a content, the design of a professional intervention programme or the resolution of a problem. It requires the use of an appropriate process of analysis and information gathering, planning the necessary procedures, strategies and resources for the design and development of the product, etc. In this process, students must apply the knowledge, skills and competences acquired and use the appropriate or available resources. The teacher acts as supervisor and assessor of the students' work. These projects can be carried out in groups or individually.
3. Aprendizaje Basado en Problemas o Problem Based Learning: Esta metodología puede considerarse un subtipo del aprendizaje Basado en Proyectos. En este caso el profesor plantea un conjunto de problemas que los estudiantes deben resolver. Esta metodología suele desarrollarse en grupos reducidos de estudiantes. El profesor presenta el problema, los alumnos buscan información que les permita resolverlo y presentan una solución basada en sus conocimientos y destrezas adquiridas o desarrolladas bajo la supervisión del profesor. // Problem Based Learning: This methodology can be considered a sub-type of Project Based Learning. In this case, the teacher poses a set of problems that the students must solve. This methodology is usually developed in small groups of students. The teacher presents the problem, the students search for information to solve it and present a solution based on their knowledge and skills acquired or developed under the supervision of the teacher.

Tutorías Clases prácticas Clases teóricas



4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SE1. PRUEBA ESCRITA/ORAL, TEÓRICA O PRÁCTICA (EXAMEN)

Pruebas de elaboración de respuestas, ejercicios, y/o casos prácticos. Pruebas de ensayo o composición. Pruebas de opción múltiple con justificación de la elección. Pruebas con ordenador. // //

SE1. WRITTEN TEST; THEORETICAL AND/OR PRACTICAL (EXAMINATION)

Tests involving the development of answers, exercises, and/or case studies. Essay or composition tests. Multiple-choice tests with justification of the choice. Computer-based tests.

SE2. REALIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DE TRABAJO INDIVIDUAL Y/O GRUPAL

Realización y presentación de trabajos prácticos. Método del caso con análisis y propuesta de soluciones. Informes de prácticas de taller/laboratorio o trabajo de campo. Ensayos, diarios y trabajos escritos basados en crónicas, críticas, evaluaciones o análisis.

SE2. INDIVIDUAL AND/OR GROUP WORK.

Carrying out and presentation of practical work. Case method with analysis and proposed solutions. Reports on workshop/laboratory practices or field work. Essays, diaries and written work based on chronicles, critiques, evaluations or analyses.

SE3. PARTICIPACIÓN Y APORTACIÓN DE VALOR EN CLASE

Esta actividad tiene como objetivo evaluar la participación con criterio del alumnado a través de diferentes herramientas de interacción, tanto presenciales como tecnológicas.

SE3. PARTICIPATION AND CONTRIBUTION OF VALUE IN CLASS.

The aim of this activity is to evaluate the participation with criteria of the students through different interaction tools, both face-to-face and technological.

SE4. VALORACIÓN DEL TUTOR PROFESIONAL/EXTERNO

La evaluación del tutor externo incluirá:

El informe de valoración emitido por el tutor profesional/externo de la empresa o institución en la que el estudiante ha realizado las prácticas académicas externas.

SE4. PROFESSIONAL/EXTERNAL TUTOR ASSESSMENT

The assessment of the external tutor will include:

The assessment report issued by the professional/external tutor of the company or institution where the student has carried out the external academic placement.

SE5. VALORACIÓN DEL TUTOR ACADÉMICO

La evaluación del tutor académico incluirá:

Valoración de la memoria de Prácticas Académicas Externas o Trabajo Fin de Grado, en función de la asignatura, en la que el alumnado evidencia la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos.

SE5. ACADEMIC TUTOR ASSESSMENT

The assessment of the academic tutor will include:

Assessment of the External Academic Internship or Final Degree Project report, depending on the subject, in which students demonstrate the acquisition of the expected learning outcomes.

SE6. DEFENSA ANTE TRIBUNAL

La defensa ante el Tribunal incluye la evaluación del Trabajo Fin de Grado y la defensa del mismo.

SE6. DEFENCE BEFORE THE TRIBUNAL

The defence before the examining board includes the assessment of the Final Degree Project and its defence.

Defensa pública Valoración por el tutor académico Interacción: foros, debates, seminarios Pruebas prácticas Pruebas teóricas

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	

7.2. Procedimiento de adaptación

La Escuela de Estudios Superiores ESIC Zaragoza, como centro adscrito de ESIC Universidad y de común acuerdo con ella prevé una serie de procedimientos con el fin de ofrecer una alternativa viable para aquellos estudiantes que estuviesen cursando la titulación oficial de Grado.

Dichos procedimientos son:

- La interrupción de la titulación se llevará a cabo gradualmente, a razón de un curso por año académico, garantizándose a los estudiantes matriculados la docencia en las materias y asignaturas de las que nos fueran repetidores, hasta la obtención del título por dichos estudiantes.
- Una vez llevada a cabo la extinción de cada año académico, se efectuarán cuatro convocatorias extraordinarias de exámenes durante los dos cursos académicos siguientes al curso extinguido.
- En los casos justificados, el Rector de ESIC Universidad, podrá autorizar con carácter extraordinario que el número de convocatorias extraordinarias de examen sea ampliado hasta un máximo de seis, en lugar de las cuatro establecidas en el punto anterior, a realizar en los tres cursos académicos siguientes al correspondiente curso de extinción de que se trate.
- En su caso, agotadas todas las convocatorias, ESIC Universidad y el Centro adscrito, definirán una tabla de titulaciones afines con reconocimiento específico de materias y/o asignaturas que puedan constituir una alternativa viable a la enseñanza interrumpida.

A continuación, se detalla el plan de reconocimiento del Grado en Marketing por la Universidad San Jorge con el Grado en Marketing por ESIC Universidad

Grado en Marketing por la Universidad San Jorge (2503393)						Grado en Marketing por ESIC Universidad (2504065)					
Curso	Semestre	Asignaturas	Carácter	ECTS	Curso	Semestre	Asignaturas	Carácter	ECTS		
2	3º	Sociología	FB	6	1	1º	Sociología de la Empresa / Corporate Sociology	FB	6		
1	1º	Estadística aplicada al Marketing	FB	6	1	2º	Estadística Aplicada al Marketing / Applied Statistics	OB	6		



							Mar- ke- ting			
1	2º	In- for- má- ti- ca	FB	6	1	2º	In- for- má- ti- ca Apli- ca- da al Mar- ke- ting / Com- pu- ter Scien- ce Ap- plied to Mar- ke- ting	FB	6	
1	1º	In- tro- duc- ción al Mar- ke- ting	FB	9	1	2º	In- tro- duc- ción al Mar- ke- ting / In- tro- duc- tion of Mar- ke- ting	OB	6	
2	3º	En- torno Ju- rí- di- co de la Em- pre- sa	FB	6	2	3º	De- re- cho Mer- can- til: Re- gu- la- ción Ju- rí- di- ca del Mer- ca- do / Mer- can- ti- le Law: Le- gal Re- gu- la- tion of the Mar- ket	OB	4,5	
4	7º	Di- rec- ción Es- tra- té- gi- ca	OB	6	2	3º	Di- rec- ción Es- tra- té- gi- ca / Stra- te- gic Ma-	OB	4,5	



							na- ge- ment			
1	1º	In- glés pa- ra los ne- go- cios	FB	6	2	Actual 3º	Idio- ma Mo- derno / Mo- dern Lan- gua- ge	FB	6	
2	3º	Mar- ke- ting Es- tra- té- gi- co	OB	6	2	4º	Mar- ke- ting Es- tra- té- gi- co / Stra- te- gic Mar- ke- ting	OB	4,5	
2	4º	Di- rec- ción de Pro- duc- to	OB	6	3	5º	Po- lí- ti- ca de Pro- duc- to / Pro- duct Po- licy	OB	6	
1	2º	Téc- ni- cas de In- ves- ti- ga- ción de Mer- cados	OB	6	3	5º	In- ves- ti- ga- ción de Mer- ca- dos I / Mar- ket Re- search I	OB	4,5	
3	5º	Di- rec- ción de equi- pos co- mer- cia- les	OB	6	3	5º	Di- rec- ción de Ven- tas / Sa- les Ma- na- ge- ment	OB	4,5	
2	4º	Com- por- ta- mien- to del Con- su- mi- dor	OB	4,5	3	5º	Com- por- ta- mien- to del Con- su- mi- dor / Con- su- mer Beha- viour	OB	4,5	
3	6º	Mar- ke- ting In- dus- trial	OB	4,5	3	5º	Mar- ke- ting In- dus- trial	OB	4,5	



							y de Ser- vi- cios / In- dus- trial and Ser- vi- ces Mar- ke- ting			
2	4º	Di- rec- ción de Dis- tri- bu- ción	OB	6	3	6º	Pol- li- ti- ca de Dis- tri- bu- ción y Co- mer- cio Elec- tró- ni- co / Dis- tri- bu- tion Po- licy and eCom- mer- ce	OB	6	
3	5º	Ges- tión Ex- pe- rien- cia del Clien- te	OB	6	3	6º	Mar- ke- ting Re- la- cio- nal, Di- rec- to e In- te- rac- ti- vo / Re- la- tio- nal, Di- rect and In- te- rac- ti- ve Mar- ke- ting	OB	4,5	
4	7º	Plan de Mar- ke- ting	OB	6	4	7º	Plan de Mar- ke- ting / Mar- ke- ting Plan	OB	6	
4	7º	Mar- ke- ting In- ter-	OB	6	4	7º	Mar- ke- ting Glo- bal	OP	4,5	



		na- cio- nal					e In- ter- na- cio- nal y Co- mer- cio Ex- te- rior / Glo- bal Mar- ke- ting and In- ter- na- tio- nal Tra- de			
1	2º	Fun- da- men- tos de Co- mu- ni- ca- ción	FB	6	4	7º	Mar- ke- ting y Di- rec- ción de Co- mu- ni- ca- ción / Mar- ke- ting and Com- mu- ni- ca- tion Ma- na- ge- ment	OP	4,5	
4	8º	Mar- ke- ting Sec- to- rial	OP	4,5	4	7º	Mar- ke- ting Sec- to- rial / In- dustry-Soc- ci- fic Mar- ke- ting	OP	4,5	
3	5º	Es- tra- te- gias de Mar- ke- ting Di- gi- tal	OB	6	4	7º	Es- tra- te- gias de Mar- ke- ting Di- gi- tal / Di- gi- tal Mar- ke- ting Stra- te- gies	OP	4,5	



Los alumnos que estén cursando el Grado en Marketing en el centro adscrito ESIC de la URJC, podrán convalidar sus asignaturas directamente ya que el plan de estudios, al igual que las competencias y resultados del aprendizaje asociados al Título, no ha sufrido modificación alguna.

7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

ENLACE <https://www.esic.edu/sites/default/files/2021-08/calidad.pdf>

8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

Tal y como se hace en el resto de las titulaciones de ESIC Universidad en la página web de la universidad, dentro del apartado programas, se encontrará una ficha vinculada a la titulación, que detallará los del Grado.

<https://www.esic.edu/grados/grado-en-marketing/ficha-tecnica>

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
RECTOR	RAMÓN	ARILLA	LLORENTE
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
ramon.arilla@esic.university	913528534		

REPRESENTANTE LEGAL

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
PRESIDENTE	EDUARDO	GÓMEZ	MARTÍN
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
director.general@esic.edu	913528534		

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.

SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
RECTOR	RAMÓN	ARILLA	LLORENTE
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Camino Valdenigrales SN	28223	Madrid	Pozuelo de Alarcón
EMAIL	FAX		
ramon.arilla@esic.university	913528534		



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10 Justifica_m_a.pdf

HASH SHA1 :6746C2C575349340B6DBE10F499EB0685D458925

Código CSV :831798522153642160911824

Ver Fichero: 1.10 Justifica_m_a.pdf



Apartado 3: Anexo 1

Nombre :tabla_reconocimiento_creditos_ciclos_GRMK_BDM.pdf

HASH SHA1 :621D157010F10195BBB3B3D31115BEC18E0CD004

Código CSV :805254495718306701761773

Ver Fichero: tabla_reconocimiento_creditos_ciclos_GRMK_BDM.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4 Planificacion Ensenanzas_GRMK_m.pdf

HASH SHA1 : D07248CA78E002ADC0B2F4AE4B0A779E1D4EA528

Código CSV : 805256214098283354444119

Ver Fichero: 4 Planificacion Ensenanzas_GRMK_m.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5 Profesorado_GRMK_m_a.pdf

HASH SHA1 :6440512006216AF23EF9A6AF03CAFC02060CC937

Código CSV :831760558375290271332726

Ver Fichero: 5 Profesorado_GRMK_m_a.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5 Personal Apoyo_GRMK_m.pdf

HASH SHA1 :B9AFF982382C297521AC8EFCAD77B68831503AC7

Código CSV :805189601696595109260107

Ver Fichero: 5 Personal Apoyo_GRMK_m.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6 Recursos Materiales_GRMK_m_a.pdf

HASH SHA1 :87B71679B39131E9268D057B1D76A7464A34C8CE

Código CSV :831755564084238801195834

Ver Fichero: 6 Recursos Materiales_GRMK_m_a.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7.1 Calendario Implantacion_GRMK_m.pdf

HASH SHA1 :F603CA51E9539D365C8758ECFE6B6845DB4B826E

Código CSV :805191391775831274818514

Ver Fichero: 7.1 Calendario Implantacion_GRMK_m.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8. 3 Anexos_GRMK_m.pdf

HASH SHA1 :04F9825ECC7099C5650AB37ABE95DF7045016D49

Código CSV :805256294488488600827992

Ver Fichero: 8. 3 Anexos_GRMK_m.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :Delegacion de Firma.pdf

HASH SHA1 :3CC0080A1C4A3FD0E7DEA2A2B30ACA95EB900684

Código CSV :496592842720696489510624

Ver Fichero: Delegacion de Firma.pdf



