



	Modalidad	Presencial
	Duración	4 cursos
	Créditos	240 ECTS
	Facultad	Economía y Empresa
	Campus	Murcia
	Idioma	Español

¿QUIERES FORTALECER A EMPRESAS Y EMPRENDEDORES GRACIAS A TU CREATIVIDAD?

Domina la psicología de las ventas y el análisis de tendencias en la era digital. Aprende técnicas avanzadas para mejorar la imagen de una marca, posicionar sus productos y escalar su fuerza de ventas. Desarrolla una visión global del sistema económico y lidera la toma de decisiones gracias a técnicas estadísticas y de probabilidad.

"Explora el área más creativa de la empresa. Aprende a trazar estrategias de crecimiento que impulsen ventas y eleven una marca hasta convertirla en referente."

¿ESTUDIAR MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL ES PARA TI?

El marketing une estrategia, análisis, ingeniería y creatividad para desatar nuevas ideas y resultados excepcionales. Es perfecto si te gusta **trabajar en ambientes dinámicos y en contacto permanente con clientes y profesionales.** Si además tienes una mente inquieta y te atraen los desafíos, deberías plantearte estudiar este grado.

Prácticas en empresas

En la UCAM apostamos por la **inserción laboral** y contamos con **convenios de prácticas** en empresas punteras en la Región de Murcia y España para los estudiantes de **Marketing y Dirección Comercial**.



Salidas profesionales

- Dirección de Marketing:
- Ventas y Dirección Comercial
- Investigación de Mercados
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Marketing Digital
- Consultoría de Marketing



Graduados en **Marketing y Dirección Comercial** por la UCAM: descubre lo que han conseguido.

Plan de estudios

1º Curso

Asignatura	ECTS	Tipo	Semestre
Fundamentos de Contabilidad Financiera	6	BA	1º
Fundamentos de Marketing	6	BA	1º
Economía Mundial y Española	6	BA	1º
Fundamentos de Economía de la Empresa	6	BA	1º
Microeconomía	3	OB	1º
Teología	3	OB	1º
Economía de la Empresa	6	BA	2º
Análisis de Balances para la Dirección Comercial	6	OB	2º
Políticas de Marketing	6	BA	2º
Fundamentos de Dirección Financiera	6	BA	2º
Derecho de la Empresa	6	BA	2º

2º Curso

Asignatura	ECTS	Tipo	Semestre
Instrumentos para Análisis Cuantitativo	6	BA	1º
Marketing Digital I	6	OB	1º
Comportamiento del Consumidor	6	OB	1º
Marketing Estratégico	6	OB	1º
Macroeconomía	3	OB	1º
Humanidades	3	OB	1º
Estadística Aplicada al Marketing	6	BA	2º
Publicidad y Relaciones Públicas	6	OB	2º
Branding y Desarrollo de Productos	6	OB	2º
Marketing Internacional	6	OB	2º
Responsabilidad Social Corporativa	3	OB	2º
Doctrina Social de la Iglesia	3	OB	2º

3º Curso

Asignatura	ECTS	Tipo	Semestre
Econometría Aplicada al Marketing	6	OB	1º
Distribución, Redes Comerciales y Logística	6	OB	1º
Psicología y Personal Selling	6	OB	1º
Pricing y Política de Precios	6	OB	1º
Diplomacia Corporativa	3	OB	1º
Ética Aplicada y Bioética	3	OB	1º
Investigación de Mercados	6	OB	2º
Ingeniería Comercial	3	OB	2º
Merchandising	6	OB	2º
Herramientas Informáticas para la Gestión Comercial	3	OB	2º
Marketing Digital II	6	OB	2º
Optativa 1	6	OP	2º

4º Curso

Asignatura	ECTS	Tipo	Semestre
Análisis de Datos para el Marketing	6	OB	1º
Plan de Marketing	6	OB	1º
Creatividad e Identidad Digital	3	OB	1º
Inglés Comercial	3	OB	1º
Optativa 2	6	OP	1º
Optativa 3	6	OP	1º
Tecnología Digital y Sistemas Informáticos Comerciales	6	OB	2º
Aplicaciones de Investigación de Mercados	6	OB	2º
Optativa 4	6	OP	2º
Prácticas en Empresa	6	PE	
Trabajo Fin de Grado	6	TFG	