

CFGS EN MARKETING Y PUBLICIDAD (RD-1571/2011) AL GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL (UCAM)

| Asignaturas reconocidas | Curso | Carácter | Créditos | Módulo/Materia Origen | Precios |
|--|-------|-------------|-----------|---|--------------------------------|
| Fundamentos de Marketing | 1º | Básica | 6 | Políticas De Marketing + Atención Al Cliente, Consumidor Y Usuario + Proyecto De Marketing Y Publicidad | 750€ - 450€ alumnos UCAM |
| Políticas de marketing | 1º | Básica | 6 | | |
| Ingeniería Comercial | 3º | Obligatoria | 3 | Diseño Y Elaboración De Material De Comunicación + Medios Y Soportes De Comunicación + RRPP Y Organización De Eventos De Marketing + Lanzamiento De Productos Y Servicios | |
| Publicidad y relaciones públicas | 2º | Obligatoria | 6 | | |
| Branding y desarrollo de productos | 2º | Obligatoria | 6 | Investigación Comercial + Trabajo De Campo En La Investigación Comercial | |
| Investigación de mercados | 3º | Obligatoria | 6 | | |
| Marketing digital I | 2º | Obligatoria | 6 | Marketing Digital | |
| Marketing digital II | 3º | Obligatoria | 6 | | |
| Fundamentos de Contabilidad Financiera | 1º | Básica | 6 | Gestión Económica Y Financiera De La Empresa | |
| Fundamentos de Economía de la Empresa | 1º | Básica | 6 | | |
| Inglés comercial | 4º | Obligatoria | 3 | Inglés + Inglés Técnico Para El Marketing Y Publicidad | |
| TOTAL DE CRÉDITOS RECONOCIDOS | | | 60 | | |

Plan de Estudios

PRIMER CURSO

- (BSC) Fundamentos de Contabilidad Financiera (6)
- (BSC) Fundamentos de Marketing (6)
- (BSC) Economía Mundial y Española (6)
- (BSC) Fundamentos de Economía de la Empresa (6)
- (OBL) Microeconomía (3)
- (OBL) Teología (3)
- (BSC) Economía de la Empresa (6)
- (OBL) Análisis de Balances para la Dirección Comercial (6)
- (BSC) Políticas de Marketing (6)
- (BSC) Fundamentos de Dirección Financiera (6)
- (BSC) Derecho de la Empresa (6)

SEGUNDO CURSO

- (BSC) Instrumentos para Análisis Cuantitativo (6)
- (OBL) Marketing Digital I (6)
- (OBL) Comportamiento del Consumidor (6)
- (OBL) Marketing Estratégico (6)
- (OBL) Macroeconomía (3)
- (OBL) Humanidades (3)
- (BSC) Estadística Aplicada al Marketing (6)
- (OBL) Publicidad y Relaciones Públicas (6)
- (OBL) Branding y Desarrollo de Productos (6)
- (OBL) Marketing Internacional (6)
- (OBL) Responsabilidad Social Corporativa (3)
- (OBL) Doctrina Social de la Iglesia (3)

TERCER CURSO

- (OBL) Econometría Aplicada al Marketing (6)
- (OBL) Distribución, Redes Comerciales y Logística (6)
- (OBL) Psicología y Personal Selling (6)
- (OBL) Pricing y Política de Precios (6)
- (OBL) Diplomacia Corporativa (3)
- (OBL) Ética Aplicada y Bioética (3)
- (OBL) Investigación de Mercados (6)
- (OBL) Ingeniería Comercial (3)
- (OBL) Merchandising (6)
- (OBL) Herramientas Informáticas para la Gestión Comercial (3)
- (OBL) Marketing Digital II (6)
- (OP) Optativa I (6)

CUARTO CURSO

- (OBL) Análisis de Datos para el Marketing (6)
- (OBL) Plan de Marketing (6)
- (OBL) Creatividad e Identidad Digital (3)
- (OBL) Inglés Comercial (3)
- (OP) Optativa II (6)
- (OP) Optativa III (6)
- (OBL) Tecnología Digital y Sistemas Informáticos Comerciales (6)
- (OBL) Aplicaciones de Investigación de Mercados (6)
- (OP) Optativa IV (6)
- (PE) Prácticas en Empresa (6)
- (TFG) Trabajo Fin de Grado (6)

*Estas tablas tienen carácter orientativo. Los reconocimientos definitivos serán el resultado del estudio pormenorizado en cada caso previa solicitud del alumno.

** Conforme a lo establecido en el artículo 10 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, se podrá obtener el reconocimiento de como mínimo seis créditos, y como máximo del 10 por ciento del total de créditos del plan de estudios, a cuenta de la optatividad, por actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

*** Los precios pueden sufrir modificaciones.