

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

21405 *Resolución de 2 de octubre de 2024, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, y acordado el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros, de 17 de septiembre de 2024 (publicado en el BOE de 27 de septiembre de 2024, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 20 de septiembre de 2024),

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

Hoyo de Manzanares, 2 de octubre de 2024.–El Rector, José Muñiz Fernández.

ANEXO

UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE GRADUADO O GRADUADA EN MARKETING

Planificación de las enseñanzas-Descripción general del plan de estudios Graduado o Graduada en Marketing:

Tipo de asignatura	N.º ECTS
Asignaturas de formación básica.	60
Asignaturas obligatorias.	96
Asignaturas optativas.	60
Prácticas externas.	18
Trabajo Fin de Grado.	6
Créditos totales.	240

Plan de estudios-Graduado o Graduada en Marketing:

Primer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Marketing y comunicación.	6	Básica.	Datos y analítica: Estadística.	6	Básica.
Economía y empresa.	6	Básica.	Finanzas para el marketing y la comunicación.	6	Básica.
Escritura y argumentación.	6	Básica.	Herramientas digitales.	6	Básica.

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Comportamiento del consumidor.	6	Obligatoria.	Política de productos y precios.	6	Obligatoria.
Investigación de mercados.	6	Obligatoria.	Toma de decisiones en marketing.	6	Obligatoria.
	30			30	

Segundo curso

Tercer semestre			Cuarto semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Pensamiento creativo.	6	Básica.	Tendencias digitales.	6	Básica.
Marco Legal aplicado al Marketing y la comunicación.	6	Básica.	Habilidades de comunicación.	6	Básica.
Marketing online.	6	Obligatoria.	Comunicación y reputación digital.	6	Obligatoria.
Distribución y Retail Marketing.	6	Obligatoria.	Investigación de medios y audiencias.	6	Obligatoria.
Brand Management.	6	Obligatoria.	Desarrollo del espíritu participativo y solidario.	6	Obligatoria.
	30			30	

Tercer curso

Quinto semestre			Sexto semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Dirección estratégica de marketing.	6	Obligatoria.	Marketing relacional y CRM.	6	Optativa.
Comercio electrónico.	6	Obligatoria.	Asignatura optativa 2.	6	Optativa.
Competencias profesionales.	6	Obligatoria.	Prácticas académicas externas.	18	Prácticas académicas externas.
Marketing de influencia.	6	Optativa.			
Asignatura optativa 1.	6	Optativa.			
	30			30	

Cuarto curso

Séptimo semestre			Octavo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Contenidos de marca (Branded content).	6	Obligatoria.	Inglés profesional.	6	Obligatoria.
Taller de Trabajo Fin de Grado.	6	Obligatoria.	Innovación en diseño de productos y servicios.	6	Optativa.
Datos y analítica: business intelligence.	6	Optativa.	Asignatura optativa 4.	6	Optativa.

Séptimo semestre			Octavo semestre		
Asignatura	ECTS	Carácter	Asignatura	ECTS	Carácter
Marketing social y RSC.	6	Optativa.	Asignatura optativa 5.	6	Optativa.
Asignatura optativa 3.	6	Optativa.	Trabajo Fin de Grado.	6	Trabajo fin de grado.
	30			30	

Relación de asignaturas optativas-Graduado o Graduada en Marketing:

Los estudiantes podrán cursar el Grado sin obligación de cursar ninguna mención. Para cursar las menciones (M1 y M2) deberán elegir las asignaturas que se contemplan en la siguiente tabla y completar con el resto de asignaturas optativas, hasta obtener los 60 ECTS necesarios de tipología optativa.

- M1. Mención en Marketing y Comunicación de Moda.
- M2. Mención en Marketing Digital y Emprendimiento.

Asignatura	ECTS	Carácter	Curso	Semestre
Estrategia de medios (M2).	6	Optativa.	3	1
Industria y empresa de moda (M1).	6	Optativa.	3	1
Marketing de influencia.	6	Optativa.	3	1
Neuromarketing y marketing experiencial (M2).	6	Optativa.	3	2
Marketing y comunicación de moda (M1).	6	Optativa.	3	2
Marketing relacional y CRM.	6	Optativa.	3	2
Creación de contenidos: redes sociales e influencia.	6	Optativa.	4	1
Experiencia de marca y creación de eventos.	6	Optativa.	4	1
Comunicación política.	6	Optativa.	4	1
Estrategia de ventas (M2).	6	Optativa.	4	1
Arte Transmedia.	6	Optativa.	4	1
Escenografía e iluminación.	6	Optativa.	4	1
Identidad corporativa e imagen de marca.	6	Optativa.	4	1
Fotografía de moda (M1).	6	Optativa.	4	1
Comunicación deportiva.	6	Optativa.	4	1
Datos y analítica: Business intelligence.	6	Optativa.	4	1
Marketing social y RSC.	6	Optativa.	4	1
Medios, arte y cultura.	6	Optativa.	4	2
Narrativas sonoras y podcast.	6	Optativa.	4	2
Producción de formatos publicitarios.	6	Optativa.	4	2
Marketing y modelos de emprendimiento (M2).	6	Optativa.	4	2
Tendencias escénicas y del espectáculo.	6	Optativa.	4	2
Videoarte.	6	Optativa.	4	2
Diseño de portfolio.	6	Optativa.	4	2
Marketing deportivo.	6	Optativa.	4	2

Asignatura	ECTS	Carácter	Curso	Semestre
Marketing farmacéutico y healthcare.	6	Optativa.	4	2
Diseño web y aplicaciones móviles (M2).	6	Optativa.	4	2
Eventos deportivos.	6	Optativa.	4	2
Eventos de moda y lujo (M1).	6	Optativa.	4	2
Escenografía y dirección de arte.	6	Optativa.	4	2
Retail de marcas de moda y lujo (M1).	6	Optativa.	4	2
Innovación en diseño de productos y servicios.	6	Optativa.	4	2