

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		
Universidad de Zaragoza	Facultad de Economía y Empresa	50012189		
NIVEL	DENOMINACIÓN CORTA			
Grado	Marketing e Investigación de Mercados	Marketing e Investigación de Mercados		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA				
Graduado o Graduada en Marketing e Investigac	ión de Mercados por la Universidad de Zaragoza			
NIVEL MECES				
2				
RAMA DE CONOCIMIENTO	ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo	No		
SOLICITANTE				
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	CARGO		
José Ángel Castellanos Gómez	Vicerrector de Política Académica	Vicerrector de Política Académica		
REPRESENTANTE LEGAL				
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	CARGO		
José Ántonio Mayoral Murillo	Rector	Rector		
RESPONSABLE DEL TÍTULO				
NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	CARGO		
José Ángel Castellanos Gómez	Vicerrector de Política Académica	Vicerrector de Política Académica		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACI	ÓN	1 1: '/ 6		

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
Pza Basilio Paraiso nº 4	50005	Zaragoza	976761010
E-MAIL	PROVINCIA		FAX
rector@unizar.es	Zaragoza		

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: Zaragoza, AM 14 de noviembre 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 ESPECIFICA	CONJUNTO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Zaragoza	No	Ver Apartado 1: Anexo 1.

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

ÁMBITO

Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo

AGENCIA EVALUADORA

Agencia de Calidad y Prospectiva Universitaria de Aragón

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

MENCIÓN DUAL

No

CÓDIGO

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

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Zaragoza

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
021	Universidad de Zaragoza
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANIEDAS	

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CDÉDITOS TOTALES	CDÉDITOS DE EODMACIÓN BÁSICA	CDÉDITOS EN PRÁCTIC
No existen datos		

UNIVERSIDAD

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	0
CRÉDITOS OPTATIVOS		CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
42	132	6

1.4-1.9 Universidad de Zaragoza

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO			CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
50012189	Facultad de Economía y Empresa	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad de Economía y Empresa

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TITULO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS POR MODALIDAD		
150		
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
600	150	
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

La titulación en Marketing e Investigación de Mercados tiene como objetivo formar profesionales versátiles y polivalentes, capaces de participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones y desempeñar diversas funciones en áreas de dirección y gestión de marketing, con sólidos valores éticos. Los graduados estarán capacitados para diseñar, planificar, ejecutar y controlar estrategias de marketing, ayudando a lograr ventajas competitivas sostenibles y mejorando la dirección comercial y la identificación de oportunidades de mercado. Además, como expertos en investigación de mercados, aplicarán técnicas para obtener, analizar e interpretar información relevante para la toma de decisiones organizacionales.

El plan de estudios de la titulación en Marketing e Investigación de Mercados, junto con las metodologías empleadas, está diseñado para proporcionar a los estudiantes los conocimientos, habilidades y competencias necesarias para incorporarse con éxito al mercado laboral. Mediante un enfoque multidisciplinar y práctico, los alumnos desarrollan capacidades analíticas, estratégicas y tecnológicas, incluyendo el uso de herramientas de marketing digital, inteligencia artificial y técnicas avanzadas de investigación de mercados. Además, la formación se complementa con prácticas colaborativas y escenarios reales, permitiendo que los egresados estén bien preparados para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual.

ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO

Dirección y técnicos en: marketing, marketing digital, comunicación, distribución, investigación de mercados y comercial

HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS

Nο

NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TITULO PROFESIONAL

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_06 Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_07 Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_09 Describir las particularidades del marketing en sectores de actividad con características específicas TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias



- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

Perfil de ingreso recomendado

El perfil adecuado para cursar el Grado en Marketing e Investigación de Mercados es el de una persona interesada en las actividades desarrolladas por las organizaciones, especialmente por aquellos temas relacionados con la función comercial, el marketing y la investigación de mercados. Es conveniente que cuente con una formación básica en materia de Ciencias Sociales, así como buen nivel de matemáticas.

Los estudiantes de esta titulación deben poseer capacidad analítica, capacidad para trabajar en equipo, habilidades sociales para la comunicación, principios éticos y espíritu creativo.

ACCESO Y ADMISIÓN

El estudiante de nuevo ingreso puede obtener toda la información relacionada con la normativa y el procedimiento general de acceso al título de grado en: https://academico.unizar.es/grado-y-master y a través de la página web de la secretaría virtual de la Universidad de Zaragoza en: http://academico.unizar.es/secretaria-virtual.

Por su parte, la Facultad de Economía y Empresa dispone de todos los sistemas de información relativa a la matrícula, los requisitos de acceso y el perfil de ingreso recomendado, así como de procedimientos de acogida y orientación del estudiantado de nuevo ingreso. Esta información se proporciona a través de la página web de la Facultad: https://fecem.unizar.es/.

Requisitos de acceso y admisión a Grados de la Universidad de Zaragoza

Acceso

Los requisitos de acceso a estudios oficiales de Grado en la Universidad de Zaragoza son los que vienen recogidos en el capítulo II del Real Decreto 534/2024, de 11 de junio, por el que se regulan 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 (BOE de 12 de junio de 2024), así como en la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación [BOE de 30 de diciembre de 2020] que, en la redacción dada a su Artículo 38. Prueba de acceso a la universidad, establece que para acceder a los estudios universitarios será necesaria la superación de una prueba que, junto con las calificaciones obtenidas en bachillerato, valorará, con carácter objetivo, la madurez académica y los conocimientos adquiridos en él, así como la capacidad para seguir con éxito los estudios universitarios. Asimismo, la Disposición adicional trigésima tercera de dicha ley determina los casos de exención de la prueba de acceso a la universidad regulada en el artículo 38, mientras que la Disposición adicional trigésima sexta contempla el acceso y admisión de alumnos y alumnas a la universidad en posesión de un título, diploma o estudio de sistemas educativos extranjeros homologados o declarados equivalentes al título de Bachiller.

Admisión





El Real Decreto 534/2024 sienta las bases para que las universidades públicas regulen sus procedimientos de admisión, los plazos de preinscripción y períodos de matriculación, y el orden de prelación que seguirán en la adjudicación de plazas para quienes cumplan los requisitos de acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado. Asimismo, establece los criterios específicos de acceso y admisión que serán de aplicación para las personas mayores de 25 años, para las personas mayores de 40 años que acrediten experiencia laboral o profesional relacionada con una enseñanza determinada y para las personas mayores de 45 años. Además, determina algunos criterios específicos que serán de aplicación en la adjudicación de plazas, entre los que se incluyen los porcentajes de reserva que habrán de respetarse para diferentes colectivos.

Por acuerdo de Consejo de Gobierno de la Universidad de Zaragoza, de 3 de abril de 2017, se aprobó la normativa sobre criterios de valoración, orden de prelación en la adjudicación de plazas y procedimientos de admisión a estudios oficiales de grado (Normativa sobre criterios de valoración, orden de prelación en la adjudicación de plazas y procedimientos de admisión), actualmente en proceso de adaptación al Real Decreto 534/2024.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS			
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias			
MÍNIMO	NIMO MÁXIMO		
0	32		
Adjuntar Convenio			
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios			
MÍNIMO MÁXIMO			
0 12			
Adjuntar Título Propio			
Ver Apartado 3: Anexo 2.			
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional			
MÍNIMO MÁXIMO			

DESCRIPCIÓN

CRITERIOS GENERALES

El reconocimiento y transferencia de créditos académicos de los títulos universitarios oficiales se rige por lo dispuesto en el art. 10 del R.D. 822/2021 de 28 de septiembre.

18

En la Universidad de Zaragoza el reconocimiento y transferencia de créditos se realizará de acuerdo con lo establecido en su Reglamento de reconocimiento y transferencia de créditos, y según los procedimientos y plazos especificados en la Información académica de reconocimiento y transferencia de créditos.

CRITERIOS ESPECÍFICOS

Reconocimiento de Créditos por experiencia laboral y profesional en caso de que se reconozcan créditos:

Se podrán reconocer hasta 18 créditos ECTS por experiencia laboral y profesional debidamente acreditada en instituciones públicas, empresas u otras entidades. En ese caso, el reconocimiento se efectuará por las prácticas académicas externas o por cualquier otra materia optativa, con excepción de materia Interdisciplinar, siempre que se cumpla con la normativa de reconocimiento de créditos vigente.

La acreditación de puestos propios de un graduado en Marketing e Investigación de Mercados da lugar al reconocimiento con las siguientes correspondencias:

- · Reconocimiento de créditos de prácticas externas: 3 ECTS por, al menos, 150 horas de experiencia profesional
- · Reconocimiento de créditos de optatividad: 3 ECTS por, al menos, 750 horas de experiencia profesional

De acuerdo con el artículo 17 de la normativa de la Universidad de Zaragoza, "para obtener el reconocimiento se deberá presentar copia de la vida laboral o del contrato, con la indicación de la categoría laboral, así como un informe sobre las actividades realizadas, avalado por la empresa o institución donde se realizaron.". El informe de actividades deberá acreditar, a juicio de la Coordinación/Comisión de Garantía de la Calidad del Grado, que el alumno ha alcanzado los resultados de aprendizaje de la materia optativa cuyo reconocimiento se solicita.

Reconocimiento de Créditos Cursados en Centros de Formación Profesional de Grado Superior en caso de que se reconozcan créditos:

El reconocimiento de créditos por este concepto viene determinado en las "Adendas entre la Comunidad Autónoma de Aragón y la Universidad de Zaragoza" al convenio de colaboración entre la Comunidad Autónoma de Aragón, la Universidad de Zaragoza y la Universidad de San Jorge para el desarrollo de actuaciones conjuntas dirigidas





al análisis e identificación de correspondencias para el reconocimiento de créditos de enseñanzas de formación profesional, artísticas, deportivas y los estudios universitarios de 18 de junio de 2021.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

PROCEDIMIENTOS

El procedimiento para organizar la movilidad en la Universidad de Zaragoza se establece en la siguiente normativa: Movilidad nacional e internacio-

MOVILIDAD ESPECÍFICA

La Facultad de Economía y Empresa dispone de una normativa de movilidad internacional propia, modificada por última vez en el acuerdo de 10 de enero de 2024 de la Junta de Facultad,

Se posibilita la participación en la movilidad específica para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, canalizada por el procedimiento organizado por la Facultad de Economía y Empresa a través de convenios con universidades europeas en el marco del programa Erasmus +, de convenios y acuerdos con otras universidades pertenecientes a la red UNITA, y de otros programas de internacionalización de la Universidad de Zaragoza. En el marco de los programas de movilidad mencionados, se contemplan distintas formas de movilidad, para estudiantes, PDI y PTGAS, incluyendo intercambio de estudiantes en grado y máster por periodos de uno o dos semestres, movilidades docentes, acuerdos de doble titulación y programas colaborativos como los COIL y BIP.

La Facultad de Economía y Empresa cuenta con un elevado número de acuerdos internacionales con otras instituciones universitarias, clasificados en función de su aplicabilidad a cada uno de los grados ofrecidos, y detallados en un listado de destinos accesible a los alumnos/as. Por otro lado, la Facultad recibe a un elevado número de alumnos/as de otras universidades extranjeras que se integran en los grados ofrecidos por la facultad en función de las asignaturas convalidables.

Por último, la Facultad participa activamente en el programa SICUE, que permite a los estudiantes realizar una parte de sus estudios universitarios en Universidades españolas distintas a la suya con reconocimiento académico y de aprovechamiento, así como de adecuación a su perfil curricular.

Todos los convenios ofertados aseguran que las universidades de destino cuentan con programas formativos equivalentes a materias del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS				
4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS I	ENSEÑANZAS			
DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTU	DIOS			
Ver Apartado 4: Anexo 1.				
NIVEL 1: Formación Básica				
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1				
ECTS NIVEL1	60			
NIVEL 2: Contabilidad y Finanzas				
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2				
CARÁCTER	ÁMBITO	ÁMBITO		
Básica	7 Ciencias económicas, admin contabilidad y turismo	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo		
ECTS NIVEL2	6	6		
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral				
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	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 9		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE N	VIVEL 3			

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CO_03 - Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos

CP_06 - Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias



HA_03 - Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Derecho

CARÁCTER	ÁMBITO
	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, 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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Economía Aplicada

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	ÁMBITO
	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, 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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Fundamentos de Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	ÁMBITO
	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

2267 2121 0 C 121 1 0 C 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		
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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias





- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Instrumentos para el Análisis Económico

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	
CARÁCTER	ÁMBITO
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	12
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral	

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6	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
	A. Control of the con	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Métodos Cuantitativos

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	
CARÁCTER	ÁMBITO
Básica	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	6
DEGREE WEGGE WEGGE AND A TO A T	·

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	

al 6
al 9
al 12
al

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Organización y Dirección de Empresas

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	ÁMBITO
	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

DEGI BELGGE TEMI GAME, DEMESTER			
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

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Teoría Económica

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	ÁMBITO
	7 Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo
ECTS NIVEL2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 2 ECTS Semestral 2		ECTS Semestral 3
	6	
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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 1: Formación Obligatoria

4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1

ECTS NIVEL1	1	13	, -	`
ECIS NIVELI		1.1	۷ (Z

NIVEL 2: Contabilidad y Finanzas

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	
ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
	ECTS Semestral 5 6 ECTS Semestral 8

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias



- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Economía Aplicada 4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARACIER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12

DECDI	TECTIE	TEMPODA	L. Semestral

DEST ELECTE TEXT OXAL, Stillest at			
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6	
6		6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12	
1		The state of the s	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Fundamentos de Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2			
CARÁCTER	Obligatoria		

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestra

ECTS NIVEL 2

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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_09 Describir las particularidades del marketing en sectores de actividad con características específicas TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Instrumentos para el Análisis Económico

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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas





HA_02 - Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

HA_03 - Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL	2:	Investigación	de	Mercados
-------	----	---------------	----	----------

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	18

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	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

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Marketing Digital

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESDITECTIE TEMPODAL Comostrol

DEGI DEGGE TEMI OKKE. GEMESKA		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	

Identificador: 2502486

Fecha: 31/01/2025

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

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Métodos Cuantitativos

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
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

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias



CP_08 - Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias

HA_03 - Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO:

NIVEL 2: Organización y Dirección de Empresas

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12

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
6		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Planificación Estratégica de 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
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

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos

- GOBIERNO MINISTERIO DE UNIVERSIDADES
 - CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
 - CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
 - CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
 - CO_07 Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
 - CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
 - CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
 - CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
 - CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
 - CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
 - CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
 - CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
 - HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
 - HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
 - HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
 - HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
 - HA_07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
 - HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Sociología

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	
ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
	ECTS Semestral 5 6 ECTS Semestral 8

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias

- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2:	1 eoria	Economica
----------	---------	-----------

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARACTER	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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Variables de Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARACTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	30

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6	6	12



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

- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO 06 Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_07 Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 1: Optativas

4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1

ECTS NIVEL1	117
-------------	-----

NIVEL 2: Contabilidad y Finanzas

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
	ECTS Semestral 5 ECTS Semestral 8

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE



- GOBIERNO MINISTERIO DE UNIVERSIDADES
 - CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
 - CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
 - CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
 - CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
 - HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Economía Aplicada

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	3

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
3		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Informática Aplicada al Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	12

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	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CO_03 - Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos



- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Inglés

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
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

- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Marketing Digital

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	12

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
12		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_06 Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Marketing para Áreas Específicas

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2				
CARÁCTER	Optativa	Optativa		
ECTS NIVEL 2	18	18		
DESPLIEGUE TEMPORAL: Sem	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	12			
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12		

Identificador: 2502486

Fecha: 31/01/2025



NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_06 Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_07 Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_09 Describir las particularidades del marketing en sectores de actividad con características específicas TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Métodos Cuantitativos

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
EC15 Semestrar 4	EC13 Semestrai 5	EC15 Semestral 0
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
3		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas





NIVEL 2: Organización y Dirección de Empresas				
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2	4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2			
CARÁCTER	Optativa			
ECTS NIVEL 2	18			
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral	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		
12	6			
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12		

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Planificación Estratégica de Marketing

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	15

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	9	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CO_01 Describir el funcionamiento de la empresa y sus áreas funcionales TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_02 Reconocer el entorno social, económico, institucional y jurídico en el que opera la organización y sus implicaciones para el marketing TIPO: Conocimientos o contenidos



- CO_03 Entender los conceptos, los instrumentos de análisis y las herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_04 Explicar los fundamentos del marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_06 Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO_05 Reconocer la importancia de la investigación de mercados y describir sus distintas metodologías TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CO_07 Identificar y explicar las decisiones estratégicas de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos
- CO 08 Entender el alcance del marketing digital TIPO: Conocimientos o contenidos
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Sociología

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3	
ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6	
ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9	
6		
ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12	
	ECTS Semestral 5 ECTS Semestral 8	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CO_06 - Identificar y explicar las decisiones relacionadas con las variables de marketing TIPO: Conocimientos o contenidos



- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas

NIVEL 2: Prácticas en Empresa

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	12

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	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_02 Trabajo en equipo. Colaborar activamente con un grupo de personas para lograr una meta común sumando los diferentes talentos TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias
- CP_08 Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias
- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA 02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA 05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_06 Analizar, valorar y tomar decisiones respecto a las variables del marketing mix TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_08 Aplicar el marketing digital en la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas



ECTS Semestral 12

Fecha: 31/01/2025 Identificador: 2502486

NIVEL 2: Interdisciplinar	NIVEL 2: Interdisciplinar			
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2				
CARÁCTER	Optativa	Optativa		
ECTS NIVEL 2	6	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		

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ECTS Semestral 10

CP_03 - Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias

ECTS Semestral 11

CP_06 - Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias

mojoru de empres e el desarrono personali 111 el competencial				
NIVEL 1: Trabajo Fin de Grado				
4.1.1 Datos Básicos del Nivel 1				
ECTS NIVEL1	6	6		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Grado				
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

- CP_04 Inteligencia emocional. Comprender y regular las emociones propias y las de los demás para interactuar y participar de una manera eficaz y constructiva en la vida social y profesional TIPO: Competencias
- CP_03 Pensamiento crítico. Razonar de manera reflexiva sobre un tema siendo capaz de deliberar sobre su validez sometiendo las convicciones propias y externas a debate TIPO: Competencias
- CP_01 Valores democráticos y sostenibilidad. Desarrollar el compromiso con la sociedad en la que vivimos para que ésta prospere a través de las dimensiones de los valores democráticos y de la sostenibilidad, materializada en el marco global que la defina en cada momento TIPO: Competencias
- CP_05 Innovación y Creatividad. Diseñar y realizar una tarea nueva o un proyecto de forma diferente utilizando creatividad y curiosidad para aportar valor con actitud emprendedora TIPO: Competencias
- CP_06 Autoaprendizaje permanente. Utilizar el aprendizaje de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y flexible a lo largo y ancho de la vida para formar parte de una ciudadanía activa, motivada e integrada favoreciendo la mejora de empleo o el desarrollo personal TIPO: Competencias
- CP_07 Comunicación. Ser capaz de analizar, sintetizar y comunicar con efectividad, tanto de forma oral como escrita, conocimientos, ideas y resultados propios de la actividad de marketing TIPO: Competencias



CP_08 - Gestión de la información. Ser capaz de utilizar las fuentes de información con una actitud responsable y crítica. Esto implica desarrollar un proceso de búsqueda, evaluación, selección y utilización de la información de forma objetiva, pertinente, eficiente, eficaz, ética y legal TIPO: Competencias

- HA_01 Capacidad para participar en proyectos multidisciplinares dentro de las organizaciones TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_02 Interpretar la información del entorno social, económico, institucional y jurídico para realizar un diagnóstico del mercado en el que opera o puede operar la organización TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_03 Saber seleccionar y utilizar los instrumentos de análisis y herramientas necesarias para la actividad de marketing TIPO: Habilidades o destrezas
- HA 04 Aplicar los fundamentos de marketing a la actividad económico-empresarial TIPO: Habilidades o destrezas
- HA_05 Aplicar las técnicas y metodologías de investigación de mercados TIPO: Habilidades o destrezas
- HA 07 Realizar la planificación estratégica de marketing TIPO: Habilidades o destrezas

4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las actividades formativas más relevantes son las siguientes:

Clase magistral. Refiere a cualquier actividad basada en la exposición por parte del docente, pudiendo haber participación activa del estudiantado. Aporta al aprendizaje de contenidos.

Resolución de problemas y casos en aula. Refiere a cualquier actividad formativa en la que los estudiantes, con presencia permanente y supervisión por profesores, realizan trabajo práctico sin requerir equipamiento específico más allá del disponible en un aula informatizada. Aporta al aprendizaje de contenidos y habilidades.

Prácticas informatizadas. Se incluyen las realizadas en cualquier aula donde el trabajo se realiza mediante equipamiento informático y software específico, en la que los alumnos realizan trabajo práctico supervisado por profesores. Aporta principalmente al aprendizaje de habilidades.

Trabajos discentes y otras actividades formativas. Son aquellas actividades formativas en las que los estudiantes, individualmente o en equipo, apliquen los resultados de aprendizaje adquiridos y los reflejen en una evidencia de aprendizaje. Aporta principalmente al aprendizaje de contenidos y competencias.

Estudio. Incluye cualquier actividad de estudio que no se haya incluido en las actividades anteriores (trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, hacer problemas y ejercicios, etc.). Aporta principalmente al aprendizaje de contenidos.

Prácticas externas. Realización de trabajos propios del marketing y la investigación de mercados en un entorno laboral. Aporta principalmente al aprendizaje de habilidades y competencias. Todo ello de acuerdo con las Directrices y procedimientos sobre prácticas académicas externas de la Universidad de Zaragoza recogidas en https://universa.unizar.es/normativa y la Normativa de prácticas en entidades para estudios de grado de la Facultad de Economía y Empresa.

Trabajo Fin de Grado. Realizar, redactar y defender un proyecto integral, como demostración y síntesis de los resultados de aprendizaje adquiridos. Aporta al aprendizaje de contenidos, habilidades y competencias. El Trabajo Fin de Grado se regirá por el Reglamento de los trabajos de fin de grado y de fin de máster de la Universidad de Zaragoza y la Normativa para la elaboración del Trabajo Fin de Grado y Máster de la Facultad de Economía y Empresa, normativa donde se detalla su objeto, las diferentes modalidades de trabajo existentes y los procedimientos de asignación de director, depósito y defensa.

METODOLOGÍAS DOCENTES

La estrategia metodológica de la titulación se caracteriza por la combinación de diferentes actividades formativas que permiten al estudiantado alcanzar los resultados de aprendizaje previstos en la titulación. Las clases teóricas proporcionan una base sólida de conocimientos fundamentales, que se complementan con la resolución de ejercicios prácticos y la realización de casos de estudio para facilitar la comprensión y aplicación de los conceptos aprendidos. Además, se fomenta el trabajo en grupo y la realización de proyectos aplicados a realidades empresariales o de entidades sin ánimo de lucro, lo que permite a los estudiantes desarrollar habilidades colaborativas y enfrentar desafíos del mundo real. El aprendizaje servicio se integra para conectar la teoría con la práctica comunitaria, enriqueciendo la experiencia educativa. Las actividades en aulas de informática, utilizando ordenadores, aseguran que los estudiantes adquieran competencias tecnológicas esenciales. Las preguntas de discusión y los debates generan un entorno dinámico de intercambio de ideas y refuerzan las competencias de pensamiento crítico e inteligencia emocional, mientras que las presentaciones orales desarrollan las habilidades de comunicación y argumentación. Este enfoque metodológico diversificado prepara a los estudiantes para enfrentar con éxito los retos profesionales y académicos futuros.

Cada estudiante podrá flexibilizar su currículo académico optando por cursar la materia optativa "Interdisciplinar" hasta completar sus 6 ECTS. Podrá elegir entre las asignaturas ofertadas cada curso por otros grados de la Universidad de Zaragoza.

La Universidad de Zaragoza se encuentra particularmente comprometida en la atención a estudiantes universitarios con discapacidad y necesidades educativas especiales. Para satisfacer este compromiso, la Oficina Universitaria de Atención a la Diversidad -OUAD- garantiza la igualdad de oportunidades a través de la plena inclusión de todos los estudiantes en la vida académica, y promueve la sensibilización y la concienciación de la comunidad universitaria, comprometiéndose en la atención a estudiantes con necesidades especiales, respetando y atendiendo la diversidad. Así, adapta las actividades académicas y los sistemas de evaluación a las necesidades especiales de las personas con discapacidad y supervisa que los procesos y mecanismos de evaluación de los estudiantes con discapacidad se realicen con las mismas garantías que para el resto de los estudiantes.

http://ouad.unizar.es

4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación queda regulada por el Reglamento de Normas de Evaluación del Aprendizaje de la Universidad de Zaragoza.





Los principales sistemas de evaluación a utilizar en el título son:

Procedimientos escritos: Permiten la evaluación principalmente de contenidos y competencias.

- E01. Pruebas escritas: incluyendo pruebas objetivas, preguntas de desarrollo, preguntas cortas...
- E02. Ejercicios escritos: Comentario de documentos, trabajos, informes, ensayos
- E03. Pruebas de evaluación formativa: reaction paper, one minute paper

Procedimientos orales: Permiten la evaluación principalmente de contenidos.

- E04. Examen oral o entrevista (abierta o estructurada)
- E05. Presentación pública de temas o trabajos

Procedimientos de desempeño: Permiten la evaluación principalmente de habilidades y competencias.

- E06. Resolución de ejercicios de aplicación: problemas, trabajos prácticos (de laboratorio, talleres u otros) o pruebas de simulación.
- E07. Elaboración de proyectos: Proyectos de desarrollo, colaborativos y experimentales, estudios de casos, diseño de prototipos, modelos y estudios u otros

Procedimientos de recolección de evidencias de la actividad: Permiten la evaluación principalmente de habilidades y competencias.

- E08. Diarios o dossieres
- E09. Portafolio de aprendizaje

Todos los sistemas de evaluación pueden ser utilizados tanto para la evaluación individual como en grupo, excepto las pruebas escritas, las pruebas de evaluación formativa y los exámenes orales, que en principio serán solo individuales. De igual forma, se podrá contemplar la evaluación docente-estudiante, la coevaluación y autoevaluación. Los procesos de evaluación asegurarán el control de identidad de cada estudiante mediante la presentación de la documentación oficial y garantizará la identificación de una calificación única para cada estudiante que refleje la adquisición individual de los resultados de aprendizaje combinando las valoraciones de las diferentes pruebas de evaluación e identificando la aportación individual de cada persona a los trabajos en equipo. Del mismo modo, el tratamiento del fraude académico queda reflejado en la Normativa de Convivencia Académica. Para asegurar que es el estudiante quien ha realizado las pruebas de evaluación no presenciales y virtuales sin ayuda externa, tales como actividades online, trabajos o TFG, además del control antiplagio (COMPILATIO), se podrán activar mecanismos como actividades y pruebas síncronas, defensas orales de los trabajos o tutorías individuales orientadas a la comprobación de la autoría del alumno.

La evaluación de las Competencias Transversales queda descrita en el documento "Sello 1+5 UNIZAR" y es responsabilidad de las asignaturas Punto Control en las que el equipo docente realizará la valoración de las mismas basándose en los instrumentos publicados por el Centro de Innovación, Formación el Investigación en Ciencias de la Educación de la Universidad de Zaragoza (CIFICE). La valoración de estas competencias se concretará en una valoración cualitativa que permitirá realizar un perfil competencial para cada estudiante, que será anexado a su certificación académica.

Las **prácticas externas** se valoran por parte del tutor académico teniendo en cuenta: la valoración del tutor en la entidad colaboradora, el grado de consecución de los objetivos del proyecto formativo de las prácticas y el contendido y calidad de la memoria y su exposición. Todo ello de acuerdo con las Directrices y procedimientos sobre prácticas académicas externas de la Universidad de Zaragoza recogidas en https://empleo.unizar.es/normativa y la Normativa de prácticas en entidades para estudios de grado de la Facultad de Economía y Empresa.

La evaluación del **Trabajo Fin de Grado**, se realiza valorando una memoria del mismo y su defensa en un acto público. Las características concretas de los TFG se desarrollan también en el reglamento específico de la Universidad de Zaragoza y la **Normativa para la elaboración del Trabajo Fin de Grado y Máster de la Facultad de Economía y Empresa**.

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 2010

Ver Apartado 7: Anexo 1.

7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

No procede

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://fecem.unizar.es/calidad/calidad

8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA

La Universidad de Zaragoza cuenta con una Instrucción técnica sobre la información pública de las titulaciones oficiales en la que se establece la forma en que la Universidad efectúa la publicación y revisión de información sobre sus estudios oficiales para los distintos grupos de interés, así como los responsables y los agentes de los procesos internos necesarios para que toda la información académica esté disponible en la web de estudios (principal plataforma de publicación de información de los títulos oficiales).

Por otra parte, la universidad pone a disposición de cada estudiante tanto una cuenta de correo personal, como una cuenta de acceso a la plataforma de Anillo Digital Docente mediante la que puede comunicarse con todo el sistema administrativo de la entidad y con el equipo docente de cada titulación.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicerrector de Política Académica	José Ángel	Castellanos	Gómez
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pza Basilio Paraiso nº 4	50005	Zaragoza	Zaragoza
EMAIL	FAX		
vrpola@unizar.es			

REPRESENTANTE LEGAL PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO CARGO NOMBRE Rector José Ántonio Mayoral Murillo CÓDIGO POSTAL **DOMICILIO PROVINCIA** MUNICIPIO Pza Basilio Paraiso nº 4 50005 Zaragoza Zaragoza **EMAIL** FAX

rector@unizar.es SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

CARGO NOMBRE PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO



Vicerrector de Política Académica	José Ángel	Castellanos	Gómez
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Pza Basilio Paraiso nº 4	50005	Zaragoza	Zaragoza
EMAIL	FAX		•
vrpola@unizar.es			

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

 ${\bf Nombre:} Alegaciones_justificacion.pdf$

HASH SHA1:B55A1A0ABE091D383E7FA1B29154A579ED61E4CC

Código CSV:833378133123790992598463 Ver Fichero: Alegaciones_justificacion.pdf



Apartado 3: Anexo 1

 ${\bf Nombre:} Convenio_Add_Rec_creditos.pdf$

HASH SHA1:6786394ECF1891F1B926F550122B50D55C62FCC2

Código CSV: 805569917488300092667014 Ver Fichero: Convenio_Add_Rec_creditos.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre: 4.1 Plan de estudios.pdf

HASH SHA1:80E6E09AF9F4A69AD180CAE607D44F6AB71719B4

Código CSV :833378329815346541001600 Ver Fichero: 4.1 Plan de estudios.pdf



Apartado 5: Anexo 1

 $\textbf{Nombre:} 5.1\ Profesorado.pdf$

HASH SHA1:70EA664242DB96F1F3B3688D4565ED4C4C0EA3B0

Código CSV:811822605141671100036889

Ver Fichero: 5.1 Profesorado.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre: 5.2 Otros Recursos Humanos.pdf

HASH SHA1:6901AC673C0FB2233C8569B88A211B9B6D84F112

Código CSV:811822629107794197218139 Ver Fichero: 5.2 Otros Recursos Humanos.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre: 6 Recursos Aprendizaje.pdf

HASH SHA1: E80396BF3BAD15E08932E387377A1CC1419D1B77

Código CSV :811822783326450496720761 Ver Fichero: 6 Recursos Aprendizaje.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre: 7.1 Cronograma.pdf

HASH SHA1:875572872596C4E982D978275E3F4BF2CD6A3A47

Código CSV:811824049490326236279156

Ver Fichero: 7.1 Cronograma.pdf



Apartado 8: Anexo 1

 $\textbf{Nombre:} MV_G_MIM.pdf$

HASH SHA1:2CC4D2F83AFC2EBE72C848E478DE8996A2B14481

Código CSV :833379343806971112867593

Ver Fichero: MV_G_MIM.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

 ${\bf Nombre:} Acuerdo_CGC_MIM.pdf$

HASH SHA1:EB69A57389A273F36C14E6CE77B0FF0548358A7D

Código CSV:805735972108146758703512 Ver Fichero: Acuerdo_CGC_MIM.pdf