

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

12456 *Resolución de 5 de diciembre de 2016, de la Universidad Pompeu Fabra, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing y Comunidades Digitales.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, autorizada su implantación por la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 25 de enero de 2013, publicado en el «BOE» de 21 de febrero de 2013, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 8 de febrero de 2013,

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007 y como Rector de la Universitat Pompeu Fabra, resuelvo:

Primero.

Disponer la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing y Comunidades Digitales como Anexo a la presente resolución.

Segundo.

El plan de estudios completo y actualizado se podrá consultar en las memorias para la solicitud de verificación de títulos oficiales que se publican en la Sede Electrónica de la Universitat Pompeu Fabra (<https://seuelectronica.upf.edu/>).

Barcelona, 5 de diciembre de 2016.–El Rector, Jaume Casals Pons.

ANEXO**Plan de estudios conducente al título de Graduado en Marketing y Comunidades Digitales**

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio. Anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas.

1. Distribución en créditos ECTS de las materias que constituyen el plan de estudios:

Asignatura	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	134
Optativas	20
Prácticas Externas	12
Trabajo Fin de Grado	14
Total	240

2. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.

3. Créditos de Formación Básica. Distribución en materias y asignaturas.

Total créditos de formación básica = 60.

Ramas de conocimiento	Materia R.D. 1393/2007	Asignatura	Créditos	Curso
Artes y Humanidades	Idioma Moderno.	Lengua Extranjera I.	6	1
Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa.	Administración de empresas.	6	1
	Comunicación.	Herramientas TIC para trabajar en la red.	6	1
	Estadística.	Fundamentos de estadística.	6	1
	Sociología.	Relaciones interpersonales en la empresa.	6	1
	Empresa.	Fundamentos de Marketing.	6	1
	Comunicación.	Gestión de plataformas digitales.	6	1
	Empresa.	Fundamentos de derecho.	6	1
	Empresa.	Introducción a la Contabilidad.	6	2
	Estadística.	Investigación de Mercados.	6	2

4. Créditos de Formación Obligatoria. Distribución en asignaturas.

Total de créditos de formación obligatoria = 160.

Asignatura	Créditos	Curso
Introducción a las comunidades digitales	4	1
Métricas aplicadas al Marketing	4	1
Comportamiento del consumidor	4	1
Diseño de producto y gestión de marca	6	2
Redes sociales	4	2
Gestión de la propiedad Intelectual	4	2
Marketing de contenidos	6	2
Definición de precio y propuesta de valor	4	2
Lengua extranjera II	6	2
Distribución, logística y relación con los canales	4	2
Marketing en buscadores y publicidad en redes sociales	6	2
Estrategias de Publicidad y Promoción	4	2
Innovación y desarrollo en una economía global	4	2
El Plan de Marketing	4	3
Comunicación 2.0	4	3
Gestión financiera para el Marketing	6	3
Estrategias avanzadas en redes sociales	6	3
Reputación <i>on line</i> e identidad digital	6	3
Diseño y ejecución de una campaña de Marketing	4	3
Estrategia y gestión de ventas	4	3
Marketing social y de eventos	4	3
Marketing Institucional	4	3
Medios digitales y audiencias	6	3
Emprendimiento y gestión de equipos	6	3
Implicaciones económicas y sociales en las redes sociales	6	4
Elaboración de Proyectos	4	4
Innovación estratégica	6	4
Diseño y gestión de la Innovación	4	4
Trabajo Fin de Grado	14	4
Prácticas Externas	12	4

5. Créditos de Formación Optativa.

Total de créditos de formación optativa = 20.

Estos 20 créditos pueden obtenerse a través de la oferta de asignaturas optativas, prácticas empresariales no obligatorias (hasta 5 créditos) y/o movilidad.