

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**17961** *Resolución de 13 de octubre de 2022, de la Universidad Pontificia de Salamanca, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación.*

De conformidad con lo establecido en el artículo 33 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece el procedimiento para la modificación sustancial de los planes de estudios impartidos en centros universitarios acreditados institucionalmente, y habiendo sido emitido informe favorable por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León sobre la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Graduado en Marketing y Comunicación el día 18 de marzo de 2022, publicado el plan de estudios en el BOE n.º 116, de 13 de mayo de 2014, por Resolución de la Universidad de 29 de abril de 2014, este rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios del Grado en Marketing y Comunicación que se imparte en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca, quedando estructurado conforme figura en el anexo a la presente Resolución.

Salamanca, 13 de octubre de 2022.–La Rectora, Mirian de las Mercedes Cortés Diéguez.

#### ANEXO

##### Grado en Marketing y Comunicación

*Cuadro 1. Resumen de materias y distribución en ECTS según tipo de materia*

Tipo de materias	ECTS
Formación básica.	60
Obligatorias.	162
Optativas.	6
Prácticas externas.	6
Trabajo fin de grado.	6
Total.	240

*Cuadro 2. Desglose en módulos, materias, asignaturas y distribución temporal del grado*

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Duración
ECONOMÍA (30).	Economía.	Economía.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Historia económica.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Microeconomía.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
		Macroeconomía.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Contabilidad.	Contabilidad financiera y analítica.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Duración
MÉTODOS CUANTITATIVOS (15).	Matemáticas.	Matemáticas: álgebra y análisis.	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
		Matemáticas aplicadas al marketing.	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
	Estadística.	Estadística.	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
EMPRESA Y ENTORNO (42).	Entorno social y jurídico.	Derecho mercantil.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Política internacional.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Estructura social.	6	Básica.	2.º	Semestral.
	Dirección y organización de empresas.	Dirección estratégica.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
		Dirección de operaciones.	3	Obligatoria.	2.º	Semestral.
		Gestión de proyectos e innovación.	3	Obligatoria.	4.º	Semestral.
		Gestión del talento y las personas.	3	Optativa.	3.º	Semestral.
	Business communication.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.	
Ética empresarial.	Corporate social responsibility.	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.	
MARKETING (84).	Fundamentos de marketing.	Fundamentos de marketing.	6	Obligatoria.	1.º	Semestral.
	Marketing estratégico.	Strategic marketing.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Políticas de marketing.	Políticas de producto y marca.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
		Políticas de precio.	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Planificación de marketing.	Plan de marketing.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
	Marketing internacional.	International marketing & trade.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
	Marketing aplicado.	Marketing de servicios.	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Marketing business to business.	3	Optativa.	3.º	Semestral.
		Marketing público y del tercer sector.	3	Optativa.	3.º	Semestral.
	Distribución comercial, logística y ventas.	Distribución comercial y logística.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Dirección comercial y de ventas.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		E-commerce.	3	Obligatoria.	4.º	Semestral.
		Retail & visual marketing.	3	Optativa.	4.º	Semestral.
	Comunicaciones integradas de marketing.	Integrated marketing communications.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Brand strategic planning.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
		Digital marketing.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Planificación publicitaria.	3	Optativa.	4.º	Semestral.
		Nuevas formas de comunicación.	3	Optativa.	4.º	Semestral.

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter	Curso	Duración
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (45).	Comportamiento del consumidor.	Psicología.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Comportamiento del consumidor.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Marketing relacional y CRM.	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
	Técnicas de investigación de mercados.	Fundamentos de investigación comercial.	6	Obligatoria.	2.º	Semestral.
		Técnicas cualitativas de investigación de mercados.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
	Investigación de mercados avanzada.	Investigación de mercados avanzada.	6	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Métricas del marketing.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
		Dirección de los sistemas de información para el marketing.	3	Obligatoria.	3.º	Semestral.
		Simulación comercial.	3	Obligatoria.	4.º	Semestral.
	PROYECCIÓN EMPRESARIAL Y PROFESIONAL (24).	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6	TFG.	4.º
Prácticas en empresa.		Prácticas en empresa.	6	Obligatoria.	4.º	Semestral.
Formación instrumental (12).		Expresión oral y escrita.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Inglés.	6	Básica.	2.º	Semestral.
		Elaboración de trabajos académicos de calidad.	6	Básica.	2.º	Semestral.
FORMACIÓN IDENTITARIA (12).	Asignaturas identitarias.	Visión cristiana del hombre y la sociedad.	6	Básica.	1.º	Semestral.
		Ética cristiana y deontología profesional.	6	Básica.	2.º	Semestral.