

MARKETING (4º GRADO)

MÓDULO I. EMPRESA				
Materia: Estructura y funcionamiento de la empresa	ECTS: 18	Carácter: Básico y Obligatorio		
<i>Asignatura</i>	<i>ECTS</i>	<i>Curso</i>	<i>Duración</i>	<i>Carácter</i>
Administración de empresas	6	1º	Semestral	Básico (CSyJ)
Técnicas de Colaboración Ejecutiva	3	2º	Semestral	Obligatorio
Recursos Humanos	6	3º	Semestral	Obligatorio
Planificación y gestión de proyectos	3	4º	Semestral	Obligatorio
Materia: Empresa y entorno	ECTS: 15	Carácter: Básica y Obligatorio		
<i>Asignatura</i>	<i>ECTS</i>	<i>Curso</i>	<i>Duración</i>	<i>Carácter</i>
Economía	6	2º	Semestral	Básico (CSyJ)
Comercio Exterior	6	3º	Semestral	Obligatorio
Marketing	3	4º	Semestral	Obligatorio
Materia: Derecho	ECTS: 12	Carácter: Básico y obligatorio		
<i>Asignatura</i>	<i>ECTS</i>	<i>Curso</i>	<i>Duración</i>	<i>Carácter</i>
Fundamentos de Derecho	6	1º	Semestral	Básico (CSyJ)
Derecho laboral y mercantil	3	2º	Semestral	Obligatorio
Derecho financiero	3	3º	Semestral	Obligatorio
Materia: Contabilidad	ECTS: 18	Carácter: Básico y obligatorio		
<i>Asignatura</i>	<i>ECTS</i>	<i>Curso</i>	<i>Duración</i>	<i>Carácter</i>
Fundamentos de contabilidad	6	1º	Anual	Básico (CSyJ)
Información contable	6	2º	Semestral	Obligatorio
Análisis de la información contable y financiera	3	3º	Semestral	Obligatorio
Gestión financiera	3	4º	Semestral	Obligatorio
Materia: Estadística	ECTS: 3	Carácter: Básico y obligatorio		
<i>Asignatura</i>	<i>ECTS</i>	<i>Curso</i>	<i>Duración</i>	<i>Carácter</i>
Fundamentos de estadística	3		Semestral	Obligatorio
TOTAL BÁSICOS	24			
TOTAL OB	42			
TOTAL	66			

Asignatura obligatoria: Marketing.

3 ECTS 4º curso. Competencias asociadas: 1, 2, 12 y 19 de este Grado

La asignatura Marketing tiene por objetivo introducir conceptos básicos de marketing. El alumno aprende el valor de filosofías de marketing, el proceso de marketing, strategic marketing management, y como desarrollar planes de investigación de marketing. También aprende sobre positioning, distribución, precios y promoción de productos. Además aprende sobre los cambios ocurriendo en el nuevo mundo de marketing moderno.

1-Utilizar la lengua materna y al menos un idioma extranjero con flexibilidad y eficacia.
(CT)

2-Desarrollar una actitud reflexiva y crítica que permita identificar supuestos y evaluar situaciones en términos de evidencia, con un punto de vista creativo, constructivo y

orientado a la resolución de problemas empleando los métodos apropiados dentro del ámbito de las organizaciones. (CT)

12-Comprender y reconocer la estructura y el funcionamiento de la empresa a nivel estratégico, táctico y operativo, los mecanismos de cooperación interfuncional y sus interacciones con el entorno en un contexto global. (CE)

19-Interpretar los indicadores macroeconómicos y comprender el funcionamiento de los mercados para poder relacionar su comportamiento con la actividad de la organización en un contexto global..(CE)