

# CALIDAD RECONOCIDA INTERNACIONALMENTE

## BE GLOBAL

Sabemos que irás a buscar respuestas o nuevas preguntas allí donde se encuentren.

**¡Nosotros te lo contamos en cifras!**



**24%** 

**ESTUDIANTES INTERNACIONALES.** Vivirás en un ambiente multicultural con una media por encima de otras universidades.

**300** 

**CONVENIOS.** Podrás realizar tu estancia internacional en prestigiosas universidades de todo el mundo.

**89%** 

**EMPLEABILIDAD.** Nuestros alumnos consiguen empleo en menos de 12 meses. Diferénciate y prepárate para ser un profesional global.

## CERTIFICACIONES DE LA UNIVERSIDAD EUROPEA



# ÁREA

## COMUNICACIÓN Y MARKETING

### CREAMOS CONTENIDOS, CONTAMOS HISTORIAS

El factor tecnológico está transformando profundamente nuestro mundo, nada es lo mismo que era hace apenas unos años. Pregúntate por el alcance de esta transformación en la Comunicación y el Marketing.

Fake news, posverdad, la inteligencia artificial como herramienta para la generación de contenido: Todo cambia.

La revolución digital no solo ha traído nuevas herramientas y canales dispuestos a la emisión de contenidos, también está suponiendo la revisión de conceptos como la libertad de expresión y reafirmando la importancia de formar el espíritu crítico.

### LEARNING BY DOING

"Aprender haciendo" en el Área de Comunicación y Marketing es Challenge Based School. Una metodología de aprendizaje experiencial en la que, como estudiante, y de forma colaborativa con tus profesores, te enfrentas a retos reales de organizaciones planteando soluciones realizables.

- ◆ Eres el protagonista de tu propio aprendizaje.
- ◆ Trabajas y resuelves casos y te enfrentas a retos reales y actuales.
- ◆ Adquieres competencias cruciales para el mundo profesional.
- ◆ Tus profesores junto a los profesionales hacen seguimiento de tus competencias y tu aprendizaje.
- ◆ Aprendes de tus futuros colegas de profesión y eres evaluado por ellos y por tus profesores.

### A LA ALTURA DEL DESAFÍO

La teoría sobre cómo hacer las cosas no basta, por eso ponemos todos los medios necesarios para convertir tu formación en una realidad: un laboratorio profesional, MediaLab, que integra televisión, radio, prensa, agencia de publicidad y agencia de traducción, así como acuerdos de colaboración con empresas líderes del sector de la comunicación.

# GRADO EN MARKETING

## UN NUEVO PERFIL PROFESIONAL

La manera en que nos conectamos hoy entre nosotros para acceder, filtrar y priorizar la información, supone un reto para los profesionales del Marketing.

Necesitan ampliar sus habilidades para adquirir nuevas competencias analíticas y por eso es tan importante la observación y el análisis.

La investigación pone el foco en el factor humano y su comportamiento, en entender al nuevo consumidor, estudiarlo, adaptarnos a su realidad y no dar nada por sentado.

## Pensamiento estratégico, creativo y disruptivo.

Aprende Marketing desde una perspectiva renovada, con nuevas asignaturas y adaptado a los nuevos entornos digitales. Neuromarketing, e-Commerce, Big Data y Ecosistema Digital, ahora son asignaturas clave que has de conocer si quieres optar a los puestos de trabajo que demanda la nueva economía digital. El manejo de la tecnología es fundamental para desempeñar con éxito cualquier carrera profesional en el área de Marketing.

Investiga y crea tendencias en un mundo apasionante y cambiante, donde tu reto es destacar.

	
<b>UBICACIÓN</b>	<b>MODALIDAD</b>
Villaviciosa de Odón y Alcobendas, Madrid	Presencial
	
<b>COMIENZO</b>	<b>DURACIÓN</b>
Septiembre	4 años
	
<b>IDIOMA</b>	<b>ECTS</b>
Español	240



# ¿QUÉ NOS HACE DIFERENTES?

## GRADO EN MARKETING

### ◆ UN GRADO EN MARKETING DONDE SE APRENDE MARKETING

Cuentas con un plan de estudios elaborado con el asesoramiento de directivos de marketing de más de 30 empresas y líderes en diferentes sectores, desde gran consumo a banca o agencias de publicidad. Estudias materias innovadoras como Neuromarkting, e-Commerce, Big data o Ecosistema Digital que te dotan de amplios conocimientos del entorno digital, respondiendo a las necesidades del mercado laboral que demanda un nuevo perfil profesional.

### ◆ ... Y SE ESTUDIA DE FORMA DIFERENTE

Con una metodología donde tú eres parte activa. Participas en actividades formativas dirigidas y lideradas por profesionales a través de una formación dual con empresas de la talla de Comunica+A. Como estudiante, recibes por parte de la agencia un briefing real sobre casos y productos/servicios reales y una vez resuelto el reto, recibes el feedback de los profesores y profesionales de la empresa. Además, trabajas en el Consulting Lab, donde, guiado por un profesor, trabajas en proyectos y campañas reales desde el aula, para empresas y marcas actuales.

### ◆ CON ESTANCIAS INTERNACIONALES Y CERTIFICADOS INTERNACIONALES

Finalizas tu titulación con el nivel de inglés adecuado para desempeñar tu profesión. Desde el primer día, a través del Language Center, cuentas con clases de inglés gratuitas para alcanzar el nivel óptimo que te permita, durante la titulación, superar las asignaturas en inglés y optar a las más de cien estancias internacionales con las que existen firmados convenios de colaboración. Además, puedes realizar prácticas y obtener un *Bachelor Award* en Marketing, que certifique tu experiencia en el extranjero.

### ◆ CON MÁS DE 400 HORAS DE PRÁCTICAS OBLIGATORIAS

Realizas prácticas obligatorias en organizaciones punteras supervisadas por un tutor en la empresa y por un tutor académico. Ambos realizan un seguimiento de tus progresos y evalúan tu aprendizaje durante ese período.

### ◆ Y ACREDITADA INTERNACIONALMENTE POR LA ACBSP

La Universidad Europea de Madrid ha sido la primera universidad española en recibir la prestigiosa acreditación ACBSP (Accreditation Council for Business Schools and Programs) en un Grado en Marketing. Esta acreditación valora la excelencia del claustro, los resultados de aprendizaje y el compromiso con la mejora continua, reconociendo así la calidad de los programas formativos.

# PLAN DE ESTUDIOS

## GRADO EN MARKETING

	MATERIA	TIPO	ECTS
<b>PRIMER CURSO</b>	♦ Introducción al Marketing	BA	6
	♦ Psicología del Consumidor	BA	6
	♦ Herramientas Creativas y de Producción I	BA	6
	♦ Investigación de Mercados I	OB	6
	♦ Distribución Comercial I	BA	6
	♦ Comunicación de Marketing I	BA	6
	♦ Estadística	BA	6
	♦ Entorno económico	BA	6
	♦ Gestión de la Empresa	BA	6
	♦ Eficacia personal y profesional	OB	6
<b>SEGUNDO CURSO</b>	♦ Dirección Comercial y Ventas	OB	6
	♦ Estrategias de Marca	OB	6
	♦ Herramientas Creativas y de Producción II	OB	3
	♦ Distribución Comercial II	OB	6
	♦ Comunicación de Marketing II	BA	6
	♦ Finanzas para el Marketing	BA	6
	♦ Gestión de Precio	OB	6
	♦ Gestión de Producto y Servicio	OB	6
	♦ Inglés	BA	6
	♦ Habilidades de Comunicación Oral y Escrita	OB	3
♦ Influencia e impacto Relacional	OB	6	
<b>TERCER CURSO</b>	♦ Neuromarketing	OB	6
	♦ Comercio Electrónico (e-Commerce)	OB	6
	♦ Big Data: Ingeniería de Datos	OB	6
	♦ Ecosistema Digital	OB	6
	♦ Herramientas Digitales	OB	6
	♦ Marketing Estratégico	OB	6
	♦ Gestión de Personas	OB	6
	♦ Liderazgo Emprendedor	OB	6
	♦ Optativa I	OPT	6
	♦ Optativa II	OPT	6
<b>CUARTO CURSO</b>	♦ Plan de Marketing / Taller de Marketing	OB	6
	♦ Marketing Internacional	OB	6
	♦ Nuevas Tendencias del Marketing	OB	6
	♦ Prácticas en empresa I	OB	6
	♦ Prácticas en empresa II	OB	6
	♦ Prácticas en empresa III	OB	6
	♦ Trabajo Fin de Grado	OB	6
	♦ Optativa III	OPT	6
	♦ Optativa IV	OPT	6
	♦ Optativa V	OPT	6

	MATERIA	TIPO	ECTS
<b>OPTATIVAS</b>	<b>Itinerario de DIRECCIÓN COMERCIAL</b>		
	♦ Innovación y emprendimiento		
	♦ Técnicas de ventas y de negociación	OPT	6
	♦ Fidelización y Marketing relacional	OPT	6
	♦ Derecho de la empresa	OPT	6
	♦ Dirección estratégica I	OPT	6
	♦ Dirección estratégica II	OPT	6
	♦ Simulación comercial	OPT	6
	♦ Actividades Universitarias	OPT	6
	<b>Itinerario de COMUNICACIÓN</b>		
	♦ Laboratorio de creatividad	OPT	6
	♦ Planificación estratégica publicitaria	OPT	6
♦ Procesos de trabajo en agencia de publicidad	OPT	6	
♦ Experiencia del consumidor	OPT	6	
♦ Actividades Universitarias	OPT	6	
<b>Itinerario de INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b>			
♦ Investigación de mercados II	OPT	6	
♦ Estadística aplicada	OPT	6	
♦ Taller de Investigación de mercados	OPT	6	
♦ Herramientas analíticas	OPT	6	
♦ Gestión de Proyectos	OPT	6	
♦ Producción y Operaciones	OPT	6	
♦ Actividades Universitarias	OPT	6	
		<b>TOTAL ECTS</b>	<b>240</b>

**ECTS:** European Credit Transfer System

**BA:** Básica

**IDIOMA:** Español

• Algunas asignaturas del plan de estudios se imparten solo en inglés.

**OPT:** Optativa

**OB:** Obligatoria

• Algunas asignaturas del plan de estudios podrán sufrir modificaciones.