Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Marketing

GRADO
240 CRÉDITOS
4 AÑOS

Grados

TERCER CURSO - SEMESTRE 6 (30 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
21525	POLÍTICA ECONÓMICA Y DE LA UNIÓN EUROPEA	OB	6	Acercar al alumno a las decisiones de Política Económica por parte de las autoridades. Conocer las principales herramientas de la Política Económica y las estrategias adoptadas por parte del sector empresarial ante las mismas.
21526	FISCALIDAD DE LA EMPRESA	OB	6	Introducción al sistema fiscal español. Impuesto sobre Sociedades: regulación legal y aplicación práctica. Impuesto sobre el Valor Añadido: regulación legal y aplicación práctica.
21527	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	OB	6	La Investigación de mercados en la empresa: tipología de técnicas cualitativas y cuantitativas de experimentación. Entrevista en profundidad, técnicas grupales, técnicas proyectivas y técnicas de observación, así como sus aplicaciones en investigación de mercados. Experimentación en Marketing, tipos de diseños y aplicaciones en la investigación comercial.
21528	MARKETING ESTRATÉGICO	OB	6	Estrategia y marketing. Análisis externo e interno de marketing. Estrategias de marketing. Auditoría y control del plan estratégico de marketing. Otras particularidades del marketing estratégico: servicios, digital, social y público.
21529	MARKETING DIGITAL	OB	6	Introducción al marketing digital. Técnicas de investigación online. Decisiones estratégicas y tácticas sobre las variables comerciales en el entorno digital. Diseño, implantación y evaluación de un plan de marketing digital.

CUARTO CURSO - SEMESTRE 7 (FORMACIÓN OBLIGATORIA 18 ECTS + FORMACIÓN OPTATIVA 12 ECTS)

Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Contenidos
21530	FINANZAS PARA LA DIRECCIÓN DE MARKETING	OB	6	La estructura financiera de la empresa. La gestión financiera del circulante: Necesidades operativas de fondos, gestión de tesorería, financiación a corto plazo. Análisis de la información financiera. Planificación financiera a corto plazo. Planificación a largo plazo y control financiero.
21531	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	OB	6	Concepto y fundamentos de comunicación e imagen empresariales. Reputación y otros recursos y activos intangibles y creación de valor en las organizaciones. La Dirección de comunicación y de intangibles corporativos. Cultura, valores e identidad corporativos. Gestión estratégica de los grupos de interés: escucha, conversación, comunidades y medios. Branding corporativo. Decisiones estratégicas en marca corporativa. Identidad visual corporativa. Métricas y tendencias.
21532	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	OB	6	Investigación de mercados basada en técnicas cuantitativas. El plan de muestreo, tipos de muestreo y determinación del tamaño muestral. Preparación de los datos para el análisis. Análisis cuantitativo aplicado de los datos en investigación de mercados: descriptivo, univariante y bivariante. Elaboración del informe y presentación escrita y oral de resultados.