

**UNIPRO**

UNIVERSITAT  
DIGITAL EUROPEA

# Bachelor en Marketing

Bienvenido a la  
**universidad inteligente**



**eua** EUROPEAN  
UNIVERSITY  
ASSOCIATION



# Índice

01

## Conoce la Universidad UNIPRO

Presentación	3
Conoce la universidad	4
Grupo PROEDUCA	5
Bienvenida del rector	6
Nuestros valores	7

02

## Aprende en UNIPRO

Modelo de aprendizaje	9
Calidad de los títulos	11
Calidad del profesorado	12
Calidad de la evaluación	13

03

## Bachelor en Marketing

Presentación	15
Objetivos	16
Plan de estudios	17
Asignaturas que conforman las materias	18
Asignaturas primer año	19
Asignaturas segundo año	20
Asignaturas tercer año	21

# Presentación

Somos una universidad online que integra **inteligencia artificial** para acelerar, personalizar y optimizar el aprendizaje, sin reemplazar lo esencial: **el criterio humano y el acompañamiento experto.**

Diseñamos **experiencias formativas flexibles, de alta calidad**, que impulsan tu desarrollo profesional en menos tiempo y con mayor impacto.

Nuestros pilares son la accesibilidad, la calidad académica, la tecnología avanzada, el enfoque global y la innovación educativa.

## Accesibilidad

Ofrecemos una educación superior accesible para todos, **eliminando barreras geográficas y temporales con un formato en línea.** Con opciones de financiación y becas para facilitar el acceso a nuestros programas académicos.

## Calidad académica

Programas diseñados y **acreditados por expertos, cumpliendo con altos estándares europeos** y cuentan con un profesorado sumamente cualificado, que asegura una formación rigurosa y actualizada.

## Tecnología avanzada

Integramos inteligencia artificial para personalizar tu ruta de aprendizaje, anticiparnos a tus necesidades y optimizar tu progreso.

La IA actúa como guía inteligente, potenciando tu avance, pero sin sustituir la interacción humana ni el rol clave de nuestros docentes.

## Innovación educativa

Nos caracterizamos por la constante innovación en métodos pedagógicos y currículos, **fomentando el pensamiento crítico, la creatividad y la resolución de problemas**, y asegurando programas relevantes para el mercado laboral.

## Tecnología avanzada

Promovemos una **educación con perspectiva internacional**, facilitando intercambios y colaboraciones con las que preparamos a los estudiantes para trabajar en entornos multiculturales y globalizados.

# Conoce la universidad

UNIPRO es una universidad online internacional del grupo PROEDUCA que se encuentra integrada en el **Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)** que ofrece formación de calidad con el respaldo de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial.

Nuestras titulaciones oficiales están diseñadas para **responder a los retos y dinámicas del mundo profesional.**

Formamos estudiantes con una visión integral, dotándolos de los **conocimientos, habilidades y competencias** que marcan la diferencia en el mercado laboral.

UNIPRO es la universidad en línea para **profesionales que buscan avanzar, reinventarse y crecer** sin renunciar a su ritmo de vida.

Entendemos la importancia del aprendizaje continuo, por eso hacemos que las cosas sean fáciles con un **inicio inmediato y la capacidad de decidir cómo y cuándo estudiar.**

Nuestra propuesta combina **programas flexibles, títulos oficiales y formación 100% online**, respaldados por la solidez académica del grupo PROEDUCA y **potenciados por herramientas de IA que optimizan tu progreso y tu experiencia** educativa.



+150.000  
Egresados

+500  
Titulaciones

# Grupo PROEDUCA

El grupo tiene una clara estrategia de crecimiento internacional y está compuesto por una red de diferentes universidades de todo el mundo:

**+100k**

## Alumnos

Reflejados en grandes resultados y en su éxito y desarrollo profesional.

**+90**

## Ciudades

Nos permite adaptar nuestros métodos educativos a las necesidades específicas de cada institución y estudiante, garantizando una educación de calidad.

**+15**

## Años

La experiencia es uno de nuestros pros en educación innovadora acorde al mundo profesional actual.



Somos parte de PROEDUCA Universidades

**PROEDUCA**

**unir** LA UNIVERSIDAD  
EN INTERNET

**MIU** City University  
Miami

**KSCHOOL**

**INTER** NACIONES  
UNIVERSIDAD

**Cunimad**  
Centro Universitario

**Newman**  
Escuela de Posgrado

# Bienvenida del rector

UNIPRO Forma parte de **PROEDUCA** Universidades, líder en educación en línea en español con más de 100.000 estudiantes procedentes de casi 100 países.

Con una amplia presencia internacional, contamos con Instituciones de Educación Superior en Europa, EE. UU. y América Latina.

66

En UNIPRO estamos comprometidos con la excelencia académica, la innovación educativa y el fomento de la empleabilidad de nuestros egresados.

**Francisco José Peláez Sanz**

Rector de la Universidad UNIPRO



# Nuestros valores

## 01 Excelencia académica

Nos esforzamos por mantener los más altos estándares de calidad en enseñanza y aprendizaje. La excelencia académica se refleja en la **rigurosidad de nuestros programas, la cualificación del profesorado y la continua actualización de contenidos**, alineandose con avances y demandas del mercado laboral.

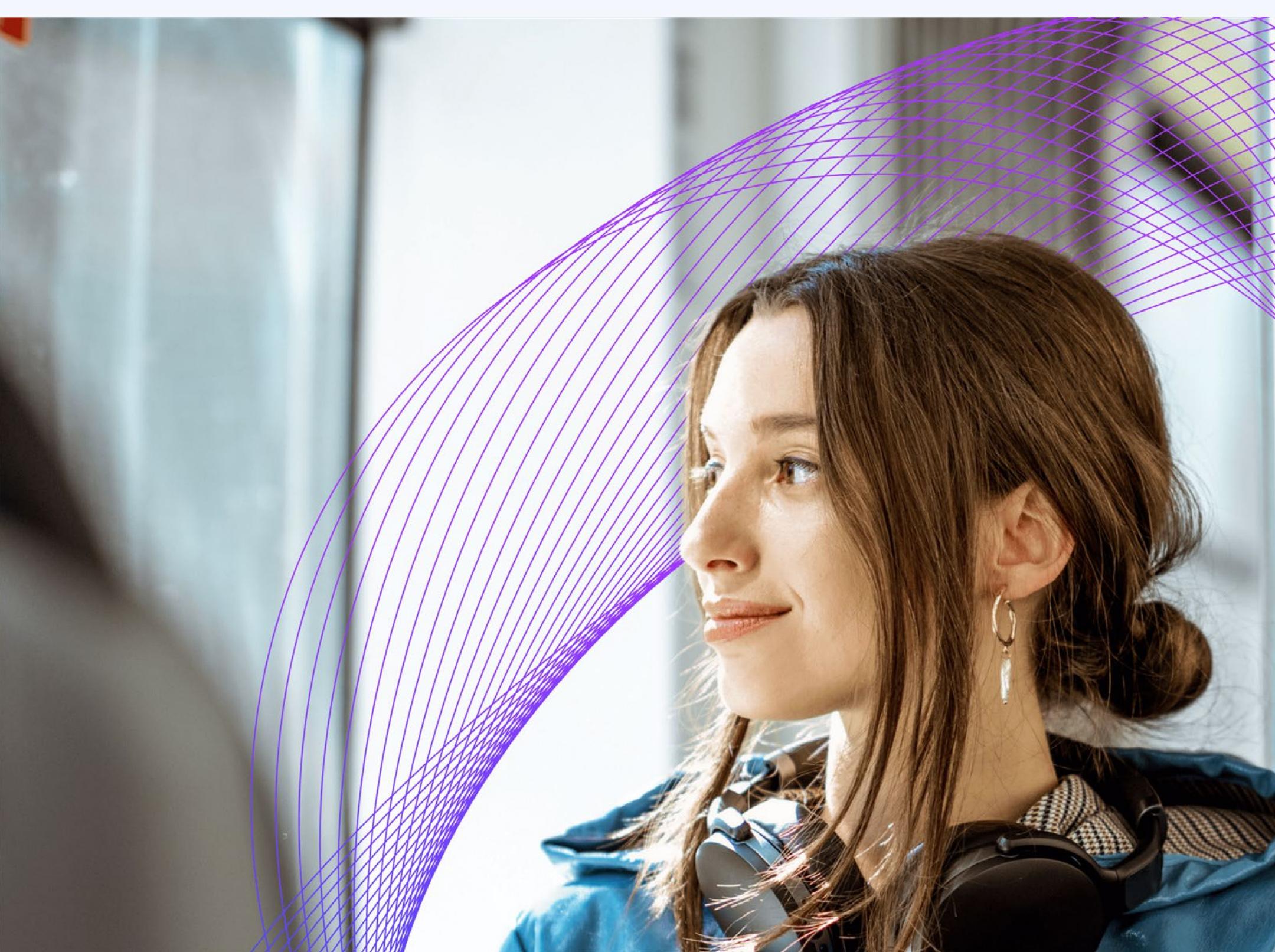
## 02 Inclusividad y diversidad

Valoramos la diversidad y la inclusión, proporcionando un entorno que respeta y celebra las diferencias culturales, étnicas y sociales. Garantizamos a todos los estudiantes, independientemente de su origen, tengan **igualdad de oportunidades para acceder a una educación de calidad** y alcanzar máximo potencial.

## 03 Innovación y creatividad

Fomentamos la innovación en nuestros métodos pedagógicos y de investigación, **integrando inteligencia artificial para personalizar el aprendizaje y optimizar el rendimiento.**

Promovemos un enfoque creativo y proactivo para resolver problemas reales y generar nuevas ideas.





## 04 Responsabilidad y ética

La responsabilidad y la ética son pilares fundamentales en todas nuestras actividades. Nos comprometemos a **actuar con integridad y transparencia**, inculcando estos valores en nuestros estudiantes para que se conviertan en profesionales responsables y éticos en sus respectivos campos.

## 05 Colaboración y comunidad

La colaboración y el sentido de comunidad son esenciales para nosotros. Promovemos la **cooperación entre estudiantes, profesores y personal, así como con otras instituciones y organizaciones a nivel global**. Este enfoque colaborativo fortalece el aprendizaje, la investigación y el desarrollo personal.

## 06 Flexibilidad y adaptabilidad

La colaboración y el sentido de comunidad son esenciales para nosotros. Promovemos la **cooperación entre estudiantes, profesores y personal, así como con otras instituciones y organizaciones a nivel global**. Este enfoque colaborativo fortalece el aprendizaje, la investigación y el desarrollo personal.

## 07 Enfoque en el estudiante

El bienestar y éxito de los estudiantes son prioritarios para nosotros. Nos dedicamos a proporcionar un entorno de **apoyo y recursos necesarios** para que los estudiantes puedan alcanzar sus metas académicas y profesionales. Nos aseguramos de que cada uno reciba una **atención personalizada y orientación adecuada**.

# Modelo de aprendizaje

Ofrecemos un modelo de aprendizaje **flexible, innovador y guiado por inteligencia artificial**, diseñado para adaptarse a tus ritmos y responsabilidades.

**La tecnología no reemplaza lo humano, lo potencia.** Personaliza tu camino y te ayuda a avanzar con más eficiencia.

Somos una **nueva forma de aprender**: más rápida, más útil y más inteligente. Lo digital te impulsa, pero **el verdadero motor eres tú**.

## Inicio Inmediato

Permitimos a los estudiantes **comenzar sus estudios de inmediato, sin esperar a los semestres tradicionales**.

Esta flexibilidad asegura que puedan iniciar su formación cuando convenga, alineando sus estudios con sus tiempos y necesidades. el comienzo del curso.

## Impartición secuencial

Permitimos a los estudiantes **comenzar sus estudios de inmediato, sin esperar a los semestres tradicionales**.

Esta flexibilidad asegura que puedan iniciar su formación cuando convenga, alineando sus estudios con sus tiempos y necesidades. el comienzo del curso.

## Evaluación continua

Evaluamos el progreso de los estudiantes de manera constante, manteniéndolos comprometidos y enfocados, y **proporcionando retroalimentación regular** para mejorar sus estrategias de aprendizaje y detección de áreas de mejora.

## Metodología flexible

La metodología flexible de UNIPRO permite a los estudiantes **estudiar a su propio ritmo y adaptar sus horarios a sus necesidades personales y profesionales**, facilitando la compatibilidad con otras responsabilidades.

## Clases prácticas

Enfatizamos en la aplicación práctica del conocimiento. Las clases prácticas son clave en nuestro currículum, permitiendo a los estudiantes **experimentar lo aprendido en situaciones reales** y prepararse para los desafíos laborales con habilidades y experiencia.



## [□] Enfoque en la comunidad

Fomentamos un sentido de comunidad entre nuestros estudiantes. Promovemos la **colaboración a través de proyectos grupales y discusiones en foros**, creando un entorno de aprendizaje colaborativo y solidario.

## [□] Tecnología avanzada

Aplicamos inteligencia artificial para ofrecer una **experiencia de aprendizaje personalizada, interactiva y efectiva**. Desde aulas virtuales hasta simulaciones y recursos adaptativos, la IA identifica tus necesidades, optimiza tu progreso y mejora tu rendimiento.

Integramos tecnología avanzada para **ampliar el acceso y elevar la calidad de la educación**, sin perder lo humano en el proceso.

# Calidad de los títulos

Según la legislación andorrana, en la **Universidad UNIPRO** seguimos las recomendaciones de los **ESG** (Estándares y directrices para la garantía de la calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior), los cuales son impulsados por la Comisión Europea y respaldados por los 48 países que actualmente forman parte del **Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)**.

## 01 Acreditación y reconocimiento

Fomentamos un sentido de comunidad entre nuestros estudiantes. Promovemos la colaboración a través de proyectos grupales y discusiones en foros, creando un entorno de aprendizaje colaborativo y solidario.

## 02 Actualización continua del currículo

Actualizamos los contenidos para reflejar los últimos avances en cada campo de estudio y las necesidades cambiantes del mercado laboral. Esto asegura que los estudiantes adquieran conocimientos y habilidades relevantes y actuales.

## 03 Infraestructura tecnológica

Utilizamos tecnología punta para ofrecer una plataforma de aprendizaje en línea eficiente y efectiva. La infraestructura tecnológica está diseñada para proporcionar una experiencia educativa fluida, accesible y segura.

## 04 Evaluación y mejora continua

Aplicamos un proceso continuo de evaluación y mejora de nuestros programas y servicios. Esto incluye la recopilación de feedback de estudiantes, profesores y otras partes interesadas, y la implementación de mejoras de retroalimentación.



# Calidad del profesorado

**Nuestro profesorado** juega un papel crucial en la garantía de calidad de la educación. Los siguientes aspectos destacan el **compromiso de la universidad** con la excelencia docente:



01

Elegimos a nuestros profesores mediante un proceso riguroso que evalúa su experiencia académica, profesional y sus habilidades pedagógicas. Solo contratamos a los candidatos que demuestran una excelencia en estos ámbitos.

02

Invertimos en el desarrollo profesional de nuestro profesorado. Los profesores participan regularmente en talleres, seminarios y programas de formación para actualizar sus conocimientos y habilidades pedagógicas.

03

Evaluamos el desempeño del profesorado de manera continua a través de encuestas de satisfacción de estudiantes, observaciones de clase y revisión de los resultados académicos de los estudiantes. Esto

04

Estamos comprometidos con la innovación en la enseñanza. Usamos métodos pedagógicos avanzados e interactivos, que mejoran la experiencia de aprendizaje y fomentar criticismo y creatividad.

# Calidad de la evaluación

La evaluación es un componente crítico de **nuestro sistema de calidad**, diseñada para medir de manera justa y precisa el rendimiento académico de los estudiantes.



01

La evaluación es un componente crítico de nuestro sistema de calidad, diseñada para medir de manera justa y precisa el rendimiento académico de los estudiantes.

02

Garantizamos que los criterios de evaluación sean transparentes y comunicados claramente a los estudiantes. Diseñamos las evaluaciones para ser justas y equitativas, sin sesgos, y se llevan a cabo de manera consistente.

03

Nuestros estudiantes reciben retroalimentación constructiva y detallada sobre su desempeño en cada evaluación. Este feedback es esencial para ayudar a los estudiantes a entender sus fortalezas y áreas de mejora, y a orientar su aprendizaje futuro.

04

Llevamos a cabo evaluaciones en línea utilizando sistemas seguros que garantizan la integridad y confidencialidad de los datos. Los mecanismos de proctoring y las medidas antifraude aseguran la autenticidad de los trabajos presentados.

EN DETALLE

# Bachelor en Marketing



Título Oficial  
equivalente a  
Grado Universitario



Duración  
de 3 años

Total de créditos

**180  
ECTS**

# Presentación

Con el **Bachelor en Marketing** desarrollarás una visión estratégica y global de los mercados, el comportamiento del consumidor y las nuevas formas de comunicación en un entorno internacional.

Este programa te permitirá formarte como un profesional capaz de gestionar productos, marcas y servicios, respondiendo a los desafíos de un mercado en constante evolución.

Nuestros egresados estarán preparados para dar respuesta a las exigencias actuales de la digitalización, la internacionalización y la innovación en la gestión de la comunicación y la comercialización.

Obtendrás un perfil adaptable y especializado, con competencias para diseñar, implementar y evaluar planes de marketing en empresas de cualquier sector.



# Objetivos

01

Adquirir conocimientos para el análisis de mercados, el estudio de consumidores y la detección de oportunidades en entornos competitivos.

02

Comprender y aplicar los fundamentos de la gestión de producto, precio, distribución y comunicación en distintos contextos empresariales.

03

Desarrollar la capacidad de diseñar estrategias de marketing digital y multicanal orientadas a objetivos estratégicos.

04

Potenciar la toma de decisiones en entornos competitivos, integrando la información financiera, económica y comercial.

05

Diseñar planes de negocio y proyectos de lanzamiento de productos o servicios, considerando variables socioculturales e internacionales.

06

Incorporar la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad social en la planificación y ejecución de actividades de marketing.

07

Desarrollar competencias transversales de comunicación, trabajo en equipo y liderazgo de proyectos, adaptadas a un mercado global y digital.

# Plan de estudios

<b>Materia 1. Dirección, Administración y Organización de Empresas</b>	12 ECTS
Introducción a la Administración de Empresas	6
Dirección de Empresas	6
<b>Materia 2. Fundamentos y Estrategia de Marketing</b>	18 ECTS
Marketing Internacional	6
Fundamentos del Marketing	6
Decisiones Estratégicas de Marketing	6
<b>Materia 3. Gestión Comercial. Comportamiento del Consumidor</b>	18 ECTS
Comportamiento del Consumidor	6
Dirección Comercial	6
Venta Personal y Dirección de Ventas	6
<b>Materia 4. Comunicación y Branding</b>	18 ECTS
Comunicación Personal Organizacional	6
Branding y Desarrollo del Producto	6
Comunicación Comercial	6
<b>Materia 5. Dirección y Administración de Recursos Humanos</b>	6 ECTS
Dirección de Recursos Humanos	6
<b>Materia 6. Economía</b>	6 ECTS
Economía Mundial	6
<b>Materia 7. Finanzas</b>	6 ECTS
Dirección Financiera	6

<b>Materia 8. Contabilidad</b>	12 ECTS
Introducción a la Contabilidad	6
Contabilidad Financiera	6
<b>Materia 9. Marketing Digital y E-business</b>	36 ECTS
Plan de Marketing Digital	6
Creación y Gestión de Empresas en entornos digitales	6
Gestión de Comunidades Virtuales y Redes Sociales	6
Estrategias de Marketing Digital	6
Métricas y Analíticas Digitales	6
Comercio Electrónico	6
<b>Materia 10. Análisis de Datos Aplicados a las Ciencias Sociales</b>	24 ECTS
Matemáticas Empresariales	6
Estadística I	6
Estadística II	6
Investigación de Mercados	6
<b>Materia 11. Derecho Aplicado al Mundo Empresarial</b>	6 ECTS
Derecho Mercantil y de Sociedades	6
<b>Materia 12. Idioma</b>	6 ECTS
Lengua Inglesa	6
<b>Trabajo Final de Bachelor</b>	12 ECTS
Total de créditos	
<b>180 ECTS</b>	
6 semestres	
R partedos en	
3 cursos académicos	

# Asignaturas que conforman las materias

PRIMER AÑO			
PRIMER SEMESTRE	ECTS	SEGUNDO SEMESTRE	ECTS
Introducción a la Contabilidad	6	Comunicación Personal Organizacional	6
Matemáticas Empresariales	6	Derecho Mercantil y de Sociedades	6
Fundamentos del Marketing	6	Dirección de Empresas	6
Introducción a la Administración de Empresas	6	Estadística I	6
Economía Mundial	6	Lengua Inglesa	6

SEGUNDO AÑO			
PRIMER SEMESTRE	ECTS	SEGUNDO SEMESTRE	ECTS
Dirección Financiera	6	Estadística II	6
Comunicación Comercial	6	Comercio Electrónico	6
Contabilidad Financiera	6	Comportamiento del Consumidor	6
Dirección Financiera	6	Decisiones Estratégicas de Marketing	6
Dirección de Recursos Humanos	6	Branding y Desarrollo del Producto	6

TERCER AÑO			
PRIMER SEMESTRE	ECTS	SEGUNDO SEMESTRE	ECTS
Investigación de Mercados	6	Gestión de Comunidades Virtuales y Redes Sociales	6
Estrategias de Marketing Digital	6	Métricas y Analíticas Digitales	6
Creación y Gestión de Empresas en entornos digitales	6	Plan de Marketing Digital	6
Venta Personal y Dirección de Ventas	6	Trabajo final de bachelor	12
Marketing Internacional	6		

Total de créditos

**180**  
**ECTS**

# Asignaturas primer año

## Primer semestre

### Introducción a la Administración de Empresas

6 ECTS  
Español

Proporciona los conceptos básicos de la empresa y su función en el entorno económico y social. El objetivo es identificar las principales áreas funcionales, comprender el proceso de dirección y la estructura organizativa.



### Fundamentos de Marketing

6 ECTS  
Español

En esta asignatura se conocen los principios del marketing y su papel en la empresa. Se analiza el mercado, la competencia y el comportamiento del consumidor, trabajar la segmentación y el posicionamiento, y conocer las bases del marketing mix.

### Economía mundial

6 ECTS  
Español

Se exploran los fenómenos económicos que mueven el mundo. Se analiza el comercio internacional, los flujos de inversión y la globalización, así como el impacto de la tecnología, los recursos y la sostenibilidad en la toma de decisiones empresariales.

### Introducción a la Contabilidad

6 ECTS  
Español

Se introduce al alumno en la contabilidad financiera y su función como sistema de información. Se estudian la estructura patrimonial, el ciclo contable y la contabilización de transacciones básicas, incluyendo existencias.

### Matemáticas Empresariales

6 ECTS  
Español

La asignatura desarrolla al alumno en el uso de herramientas matemáticas para analizar y resolver problemas económicos. Se trabajan contenidos de álgebra y cálculo, además de la valoración de capitales y rentas aplicados al ámbito empresarial.

## Segundo semestre

### Comunicación Personal y Organizacional

6 ECTS  
Español

Tiene como principal objetivo estudiar la comunicación en el ámbito directivo desde una perspectiva práctica. Se trabajan los conceptos y procesos fundamentales, el uso de modelos eficaces y el desarrollo de competencias en relaciones interpersonales, liderazgo, presentaciones en público y comunicación corporativa.

### Dirección Financiera

6 ECTS  
Español

Esta unidad enseña a comprender y aplicar las principales operaciones financieras en la empresa, utilizando métodos de análisis y valoración que influyen en las decisiones de inversión y financiación.

### Estadística I

6 ECTS  
Español

El alumno podrá conocer las herramientas de estadística descriptiva para datos univariantes y bivariantes, así como conceptos básicos de probabilidad y modelos para variables discretas y continuas. Se aplican técnicas TIC para analizar datos, incluyendo visualización con PowerBI.

**Derecho Mercantil y de Sociedades****6 ECTs**  
Español

El objetivo principal es analizar las clases de empresarios, los contratos más relevantes, la formación de sociedades, el capital social y las obligaciones legales del empresario, junto con aspectos como propiedad industrial, operaciones bancarias y concurso de acreedores.

**Lengua Inglesa****6 ECTs**  
Español

Trata de ofrecer al estudiante un nivel intermedio (B2) de inglés, mejorando su capacidad para comprender, expresarse y comunicarse de manera efectiva en contextos cotidianos y profesionales relacionados con el marketing.

# Asignaturas segundo año

## Primer semestre

**Dirección de recursos humanos****6 ECTs**  
Español

Ofrece una visión general sobre los procesos y funciones de la gestión de personas en la empresa. El objetivo es conocer el ciclo completo de recursos humanos, desde el reclutamiento y selección hasta el desarrollo, motivación, evaluación y desvinculación del personal, aplicando la gestión por competencias y estrategias adaptadas a la nueva economía y al entorno organizacional.

**Dirección Financiera****6 ECTs**  
Español

Se prepara al alumnado para comprender y analizar las operaciones financieras en las empresas, evaluando inversiones, estructuras de capital, bonos y acciones, así como el funcionamiento de los mercados financieros.

**Comunicación Comercial****6 ECTs**  
Español

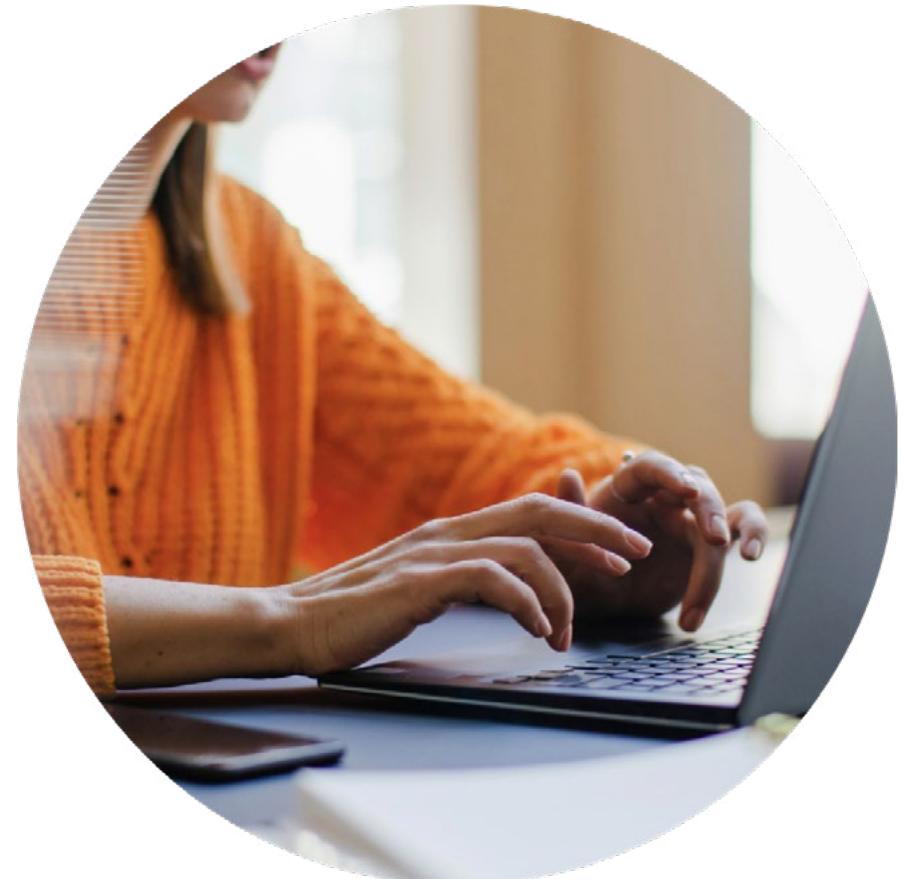
En esta asignatura, el alumno desarrolla una visión integral de la comunicación comercial aplicada a las organizaciones. Se enfoca en combinar creatividad y estrategia para transmitir mensajes de manera efectiva.

**Contabilidad Financiera****6 ECTs**  
Español

Pretende que los estudiantes sepan gestionar y analizar activos, pasivos e inmovilizado, así como a aplicar correctamente la contabilidad de impuestos. Se busca que interprete la información contable para apoyar la toma de decisiones empresariales.

**Dirección Comercial****6 ECTs**  
Español

El objetivo es que el alumnado aprenda a tomar decisiones estratégicas sobre productos, precios, distribución y comunicación, integrando la investigación de mercado y el sistema de información de marketing para optimizar la gestión comercial de la empresa.



## Segundo semestre

**Decisiones estratégicas de marketing****6 ECTs**  
Español

Se basa en el estudio de la dirección de la empresa desde el marketing, analizando el entorno, los recursos internos y la toma de decisiones para diseñar estrategias efectivas con apoyo tecnológico.

**Comportamiento del consumidor****6 ECTs**  
Español

Se estudian los factores que influyen en las decisiones de compra y los hábitos de consumo, aplicando investigación de mercado, insights y técnicas de neuromarketing, incluyendo el comportamiento online.

**Branding y Desarrollo del Producto****6 ECTS**  
Español

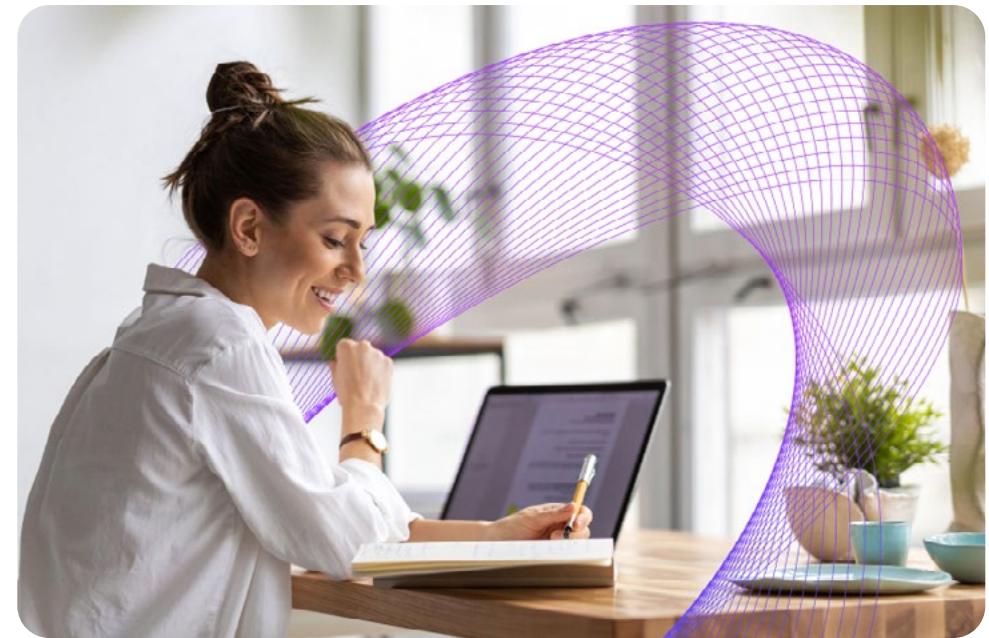
Se aprende la creación y desarrollo de marcas y productos. Se analiza la construcción de marca, la comunicación corporativa y se desarrollan estrategias de posicionamiento, identidad y branded content para generar valor de marca.

**Comercio Electrónico****6 ECTS**  
Español

El objetivo es que el estudiante comprenda el papel estratégico del comercio electrónico en la expansión y rentabilidad de los negocios en entornos digitales. Se estudian plataformas y marketplaces, medios de pago, logística, marketing online, gestión de ecommerce, legislación y optimización de la experiencia de compra.

**Estadística II****6 ECTS**  
Español

Pretende que los alumnos conozcan los métodos de inferencia estadística, incluyendo estimadores, intervalos de confianza, contrastes de hipótesis y regresión lineal, aplicando técnicas probabilísticas para analizar datos y tomar decisiones en entornos de incertidumbre.



# Asignaturas tercer año

## Primer semestre

**Marketing internacional****6 ECTS**  
Español

Esta unidad tiene como objetivo aprender las decisiones de marketing en un contexto global, incluyendo internacionalización, segmentación de mercados, precios y distribución.

**Venta Personal y dirección de ventas****6 ECTS**  
Español

Proporciona competencias sobre la gestión de ventas y su impacto en la competitividad. Se trabajan la estructura, formación y motivación del equipo comercial, así como planificación, liderazgo y control para maximizar el valor entregado al cliente.

**Creación y Gestión de Empresas en Entornos Digitales****6 ECTS**  
Español

El objetivo es que el estudiante aprenda a desarrollar y gestionar proyectos empresariales en entornos digitales, desde la identificación de oportunidades hasta la puesta en marcha. Se estudian modelos de negocio, innovación, marketing digital, financiación, aspectos legales y herramientas para evaluar la viabilidad empresarial.

**Estrategias de Marketing Digital****6 ECTS**  
Español

Esta asignatura se centra en el diseño y gestión de estrategias de marketing digital. Se estudian la segmentación de audiencias, SEO y SEM, publicidad online, email marketing, mobile marketing, redes sociales y métricas para evaluar resultados.

**Investigación de Mercados****6 ECTS**  
Español

Se aborda la investigación cualitativa aplicada al mercado y al comportamiento del consumidor. Se trabajan diseño de estudios, técnicas cualitativas, investigación online, presentación de resultados y conceptos de psicología, neurología y neuromarketing.

## Segundo semestre

### Plan de Marketing Digital

6 ECTs  
Español

Se profundiza en el diseño, desarrollo y ejecución de un plan de marketing digital. Se abordan fases de análisis e investigación, definición de objetivos, planificación estratégica, selección de tácticas, presupuesto, hoja de ruta y monitorización de resultados.

### Gestión de Comunidades Virtuales y Redes Sociales

6 ECTs  
Español

Se trabaja el uso estratégico de redes sociales y comunidades virtuales para comunicación y marketing. Se trabajan plataformas clave, planificación de campañas, medición de resultados y optimización del ROI.

### Métricas y Analíticas Digitales

6 ECTs  
Español

Se desarrolla la capacidad de recopilar y analizar datos digitales para optimizar la presencia online de la empresa. Se trabajan métricas avanzadas, Google Analytics (UA y GA4) y técnicas de interpretación para apoyar decisiones estratégicas en marketing.

### Trabajo Final de Báxelor (TFB)

12 ECTs  
Español

El objetivo es evaluar la integración de las competencias adquiridas en el programa. Consiste en un trabajo teórico-práctico en marketing que incluye definición del tema, revisión bibliográfica, metodología, análisis de datos y defensa del proyecto final.



# Requisitos de acceso

## Requisitos de acceso para ciudadanos andorranos:

Podrán acceder a las enseñanzas estatales de **DPA** y de **bachelor** aquellas personas que cumplan alguno de los siguientes requisitos de acceso:

Poseer el título de bachiller o el título de bachiller profesional.

Poseer una titulación de enseñanza superior estatal.

Haber superado la prueba de acceso a estudios de enseñanza superior para personas mayores de 25 años.



## Requisitos de acceso para alumnos internacionales incluidos los españoles

Las personas con titulaciones extranjeras podrán acceder a los niveles de enseñanza superior estatal del Principado de Andorra si cumplen con los requisitos de acceso a niveles similares de enseñanza superior exigidos por el sistema educativo del país en el que cursaron los estudios previos, siempre que no existan diferencias sustanciales.

# Salidas profesionales

El Bachelor en **Marketing** tiene como salidas profesionales las siguientes disciplinas:

- 
- Responsable de Marketing.
  - Responsable de Comunicación.
  - Social Media Strategist.
  - Analista Web.
  - Especialista SEO & SEM.
  - Director Comercial.
  - Responsable de desarrollo de Negocio.
  - Brand Manager.

# Titulación

## Título de Bachelor en Marketing

Expedido por el Ministeri de Relacions Institucionals, Educació i Universitats\*.

*\*En UNIPRO, tienes la posibilidad de solicitar el reconocimiento de créditos por estudios previos. Para programas de Bachelor, podrás convalidar un máximo de 120 ECTS.*

*En el caso de los egresados de una Formación Profesional de Grado Superior y/o Tecnólogos, también es posible calcular las convalidaciones correspondientes, lo que te permitirá obtener tu título de Bachelor en menos de 3 años.*

## Suplemento Europeo al Diploma Expedido por la Universitat UNIPRO

El Bachelor en Marketing es una titulación universitaria oficial del sistema educativo superior de Andorra.

Las personas que superen todas las unidades de aprendizaje propuestas en el plan de estudios podrán solicitar lo siguiente:

**Titulación equivalente al Grado**

Total de créditos

**180 ECTS**

eua  
EUROPEAN  
UNIVERSITY  
ASSOCIATION

EEES  
Espacio Europeo  
Educación Superior



Somos parte de PROEDUCA Universidades

**PROEDUCA**

**unir** LA UNIVERSIDAD  
EN INTERNET

 City University  
Miami

 KSCHOOL

 **INTER NACIONES**  
UNIVERSIDAD

 **Cunimad**  
Centro Universitario

 **Newman**  
Escuela de Posgrado