

• Plan de estudios

Materias	Créditos
Formación Básica	66
Obligatorias	144
Trabajo de final de grado	12
Optativas	18

Primer curso: 60 créditos

Primer semestre	Créditos
Matemáticas	6
Fundamentos del márketing	6
Economía de la empresa	6
Sociología	6
Historia económica	6

Segundo semestre	Créditos
Márketing digital	6
Introducción a la contabilidad	6
Introducción al derecho	6
Psicología básica	6
Análisis de datos	6

Segundo curso: 60 créditos

Primer semestre	Créditos
Operaciones y procesos	6
Dirección estratégica	6
Emprendimiento	6
Recursos Humanos	6
Antropología	6

Segundo semestre	Créditos
Introducción Micro/Macroeconomía	6
Logística	6
Finanzas	6
Técnicas de investigación social I	6
Fiscalidad básica	6

Tercer curso: 60 créditos

Primer semestre	Créditos
Modelos y estrategias de crecimiento	6
Calidad y sistemas de gestión	6
Psicología del consumidor	6
Ciudad, Comercio y Distribución	6
Gestión en el punto de venta	6

Segundo semestre	Créditos
Técnicas de investigación social II	6
Márketing en el punto de venta	6
Gestión de redes sociales	6
Geografía comercial: localización	6
Gestión inmobiliaria del comercio	6

Cuarto curso: 60 créditos

Primer semestre	Créditos
Entorno económico y comercio internacional	6
Gestión de compras y stocks	6
Sistemas de información georeferenciados	6
Técnicas de ventas y negociación	6
Comercio Digital	6

Segundo semestre	Créditos
Trabajo final de grado (TFG)	12

Optativas (el alumnado tendrá que escoger 18 créditos entre las siguientes asignaturas)

Economía circular y consumo responsable	6
Dirección de centros comerciales	3
Neuromárketing	3
Prácticas externas (Durante los 2 últimos cursos)	6
Liderazgo de equipos	6