

Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, con (2024-25)

Código: 9419	Fecha de aprobación: 26/01/2023	Precio: 103,50 Créditos en 1ª matrícula
Créditos: 20	Título: Estudio Propio (ECTS)	

RAMA

Sin Validez

PLAN

EXPERTO/A EN MARKETING DIGITAL Y E-COMMERCE

TIPO DE ENSEÑANZA

Híbrida (semipresencial)

CENTROS DONDE SE IMPARTE

Centro de Formación Permanente

ESTUDIO IMPARTIDO CONJUNTAMENTE CON

Solo se imparte en esta universidad

FECHAS DE EXAMEN

[Acceda al listado de fechas de examen para esta titulación.](#)

PLAN DE ESTUDIOS OFERTADO EN EL CURSO 2024-25

Leyenda: No ofertada Sin docencia

UNICO

OBLIGATORIAS				20 créditos
Curso	Título	Créditos	Asignatura	
1	OBLIGATORIAS	10	<u>79257 - COMERCIO ELECTRÓNICO</u>	
1	OBLIGATORIAS	6	<u>79258 - MARKETING DIGITAL</u>	
1	OBLIGATORIAS	4	<u>79265 - PROYECTO FINAL 2</u>	

Superado este bloque se obtiene
EXPERTO/A EN MARKETING DIGITAL Y E-COMMERCE

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Módulo Opcional de Biomedicina

- HD01:Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- HD02:Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- HD03:Recoger, estructurar e interpretar información, procedente de fuentes bibliográficas y documentales
- HD04:Analizar los problemas con criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos
- HD05:Decidir alternativas de acción aplicando los conocimientos a la práctica
- HD06:Distintuir de los datos la información relevante imposible de reconocer por no profesionales
- HD07:Elaborar un plan de marketing, utilizando todas las herramientas y variables relativas al marketing mix
- HD08:Aplicar diversos instrumentos técnicos de marketing e investigación comercial para el análisis de la empresa en su entorno
- HD09:Analizar el comportamiento de los consumidores y los factores que influyen en su conducta desde la perspectiva de marketing
- HD10:Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa.
- HD11:Aplicar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis del área de marketing de la empresa

CONOCIMIENTOS/CONTENIDOS

- CON01:Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CON02:Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing y la comercialización a través de Internet y de las nuevas tecnologías, y su vinculación con las estrategias de marketing globales de la empresa.
- CON03:Conocer las herramientas de análisis estratégico más habituales en el análisis de la empresa y su entorno.

CAPACIDADES/COMPETENCIAS

- C01:Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones ¿y los conocimientos y razones últimas que las sustentan¿ a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- C02:Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- C03:Planificar el trabajo en equipo y aplicar técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.
- C04:Asimilar conocimientos de forma autónoma, con iniciativa y espíritu emprendedor
- C05:Analizar los problemas con razonamiento crítico, sin prejuicios, con precisión y rigor.
- C06:Analizar y sintetizar información para desarrollar un razonamiento crítico
- C07:Evaluar riesgos y planificar estrategias
- C08:Desempeñar con soltura cualquier labor de gestión encomendada en el área funcional de marketing de una empresa u organización pequeña, mediana o grande.
- C09:Decidir las variables comerciales a utilizar
- C10:Decidir las estrategias de marketing en las empresas y organizaciones, especialmente en los niveles operativo y táctico
- C11:Elaborar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
- C12:Elaborar proyectos de marketing de la empresa
- C13:Dirigir, comunicar y motivar a los equipos de ventas

El Experto en Marketing Digital y e-Commerce consta de 20 créditos ECTS distribuidos de la siguiente forma:

Tipo de asignaturas	Créditos
Obligatorias (OB)	16
Optativas (OP)	0
Trabajo Final (OB)	4
TOTAL CRÉDITOS	20

Cada crédito ECTS computa 25 horas de carga de trabajo del estudiante.

En el apartado "Plan de estudios" del menú lateral se puede consultar la información sobre cada una de las asignaturas que integran el plan de estudios.

Tras superar el total de créditos se obtiene el Estudio de Formación Permanente de **EXPERTO/A EN MARKETING DIGITAL Y E-COMMERCE**

Este estudio forma parte del Programa de Estudios de Formación Permanente en **MARKETING**, que está integrado por los siguientes estudios:

- Máster de Formación Permanente en Marketing.
- Experto en Dirección Comercial y Ventas.
- Experto en Marketing de la Moda.
- Experto en Marketing Digital y e-Commerce

REQUISITOS DE ACCESO

Para acceder a los Estudios de Formación Permanente se requiere:

- Estar en posesión de un título universitario oficial.
- También podrán acceder quienes les reste superar el TFG (trabajo fin de grado) y un máximo de 9 créditos ECTS para obtener la titulación de Grado.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a personas interesadas en obtener una formación universitaria especializada en el ámbito del marketing digital y comercio electrónico. Dado el carácter especializado del curso, el perfil ideal es el de un alumno con estudios universitarios oficiales en Administración y Dirección de Empresas, Ciencias Empresariales, Marketing e Investigación de Mercados, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Periodismo, Economía, Sociología e Ingeniería Informática.

CRITERIOS DE ADMISIÓN

Tendrán prioridad aquellos alumnos procedentes de las siguientes Licenciaturas o Grados, por este orden:

1. Licenciatura o Grado en Administración y Dirección de Empresas, Diplomatura en Ciencias Empresariales, licenciatura o Grado en Marketing e Investigación de mercados, Licenciatura o Grado en Publicidad y RR.PP., Licenciatura o Grado en Economía.
2. Licenciatura o Grado en Ingeniería Informática.
3. Licenciatura o Grado en Comunicación Audiovisual y Licenciatura o Grado en Periodismo.
4. Licenciatura o Grado en Sociología.

Cuando se requiera de un requisito adicional, se revisará siguiendo el orden indicado anteriormente la nota media del expediente académico de cada alumno.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRICULACIÓN

La preinscripción se realiza en la secretaría administrativa del estudio, en los plazos que para cada curso académico establezca la dirección de estudios.

Una vez realizada la preinscripción y tras la aplicación de los criterios de admisión, quienes sean admitidos recibirán un correo electrónico con las instrucciones para realizar la matrícula.

TASAS

La información completa sobre las tasas administrativas a satisfacer para cada curso académico se puede consultar en la página:

<https://cfp.ua.es/es/tasas.html>

El Experto en Marketing Digital y e-Commerce es un estudio de formación permanente de la Universidad de Alicante.

La legislación vigente permite que las universidades, en uso de su autonomía, puedan impartir enseñanzas conducentes a la obtención de otros títulos distintos a los títulos oficiales de Grado, Máster y Doctorado.

Los Estudios de Formación Permanente están regulados por la siguiente normativa:

- [REAL DECRETO 822/2021, de 28 de septiembre, por el que establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de la calidad](#)

- [Normativa de Enseñanzas Propias de la Universidad de Alicante \(BOUA 27/01/2023\)](#)

Más información sobre normativa:

<https://cfp.ua.es/es/normativa.html>

BECAS

Se concederá una beca, cada quince alumnos matriculados, por un importe de la mitad de la matrícula, atendiendo a su situación laboral, así como a su expediente académico y experiencia previa en gestión de redes sociales.

En caso de producirse empates, el importe de la beca (50% de la matrícula) se repartirá entre los alumnos que obtengan igual puntuación.