

I.3.15. Acuerdo 17/CG de 20-06-25 por el que se aprueba el nuevo Microtítulo en "Marketing".

Elevada a este Consejo de Gobierno por el Vicerrector de Grado propuesta de aprobación de nuevo Microtítulo en "Marketing", previa aprobación de dicha propuesta mediante Acuerdo de la Junta de Centro correspondiente, oído el Consejo de Estudiantes de esta Universidad, y aprobado en la Comisión de Estudios de Grado delegada de Consejo de Gobierno en las fechas 25 de marzo y 7 de abril de 2025, así como en la Comisión de Títulos del Consejo Social en fecha 22 de abril de 2025, al amparo de los artículos artículo 7, 46.2. d) y 47.2 b) de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, artículos 54.2 y 56.1 de los Estatutos UAM y 37.8 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, este Consejo de Gobierno **ACUERDA** aprobar nuevo Microtítulo en "Marketing", conforme **ANEXO** que a continuación se inserta.

Lo que se acuerda y ordena publicar en el Boletín de la Universidad Autónoma de Madrid (BOUAM), para general conocimiento y efectos jurídicos procedentes.

El presente Acuerdo es definitivo y agota la vía administrativa, de conformidad con los artículos 38.4 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario y 128.1 de los vigentes Estatutos de la Universidad Autónoma de Madrid (aprobados mediante Decreto 214/2003, de 16 de octubre, del Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid y modificados mediante Decreto 94/2009, de 5 de noviembre, del Consejo de Gobierno), y frente al mismo podrá interponerse:

a) Con carácter potestativo y en el plazo de un mes contado a partir de su publicación en el BOUAM, recurso de reposición frente a este mismo órgano, de conformidad con el artículo 123 de la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (LPACAP).

b) Alternativamente al apartado a), podrá ser impugnado directamente ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo, ante los Juzgados de lo Contencioso-administrativo de Madrid, en el plazo de dos meses, contado a partir de su publicación en el BOUAM, de acuerdo con lo establecido en los artículos 8, 14.1 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

En Cantoblanco. La presidenta del Consejo de Gobierno. Amaya Mendikoetxea Pelayo.

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	694E-4848-7438P614F-4265	Fecha	01/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=694E-4848-7438P614F-4265	Página	421/560	

ANEXO
PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN/MODIFICACIÓN DE MICROTÍTULO

1. DENOMINACIÓN
MICROTÍTULO EN MARKETING
2. DESCRIPCIÓN
2.1. BREVE DESCRIPCIÓN
<p>En un entorno globalizado y digitalizado, contar con formación en marketing permite a los estudiantes complementar su formación principal con conocimientos esenciales para la comercialización de productos y servicios. El marketing se ha convertido en una disciplina transversal que no solo amplía las oportunidades laborales, sino que también permite a los profesionales de distintos campos gestionar su propia carrera con mayor éxito. Este microtítulo está orientado a que el alumno conozca los conceptos básicos del Marketing y adquiera una visión global sobre su aplicación en las empresas.</p>
2.2. CONTENIDOS
<p>A través de las diferentes asignaturas que componen el microtítulo el alumno podrá profundizar en el estudio de cuestiones de marketing estratégico y de decisiones de marketing tácticas u operativas ligadas al producto, el precio, la distribución y la comunicación, así como en la realización de investigaciones de mercado empleando metodologías cualitativas y cuantitativas.</p>
2.3. COMPETENCIAS Y DESTREZAS ASOCIADAS
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer y aplicar al contexto profesional los procesos de toma de decisiones en materia de estrategia y política comercial. - Poseer conocimientos sobre comportamiento del consumidor, la formulación de una estrategia y un plan de marketing que incluya políticas de producto, precios, distribución y comunicación. - Reunir, analizar, interpretar y presentar los datos procedentes de la investigación de los mercados a los que se dirigen las empresas.
2.4. PERFIL DE LOS/AS DESTINATARIOS/AS
<p>El microtítulo puede ser cursado por todos aquellos que cumplan los requisitos indicados en el apartado 5.1 y quieran completar sus estudios o enriquecer su formación con los contenidos de las materias que lo integran. Puede ser un complemento formativo especialmente interesante para estudiantes de los grados en Economía, Economía y Finanzas, Sociología y Psicología.</p> <p>Dado el contenido de las asignaturas que integran el microtítulo y la normativa correspondiente, no podrán acceder a estos estudios los estudiantes que estén cursando o hayan cursado el grado en Administración y Dirección de Empresas.</p>
3. PLAN DE ESTUDIOS

Código Seguro De Verificación	694E-4848-7438P614F-4265	Fecha	01/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=694E-4848-7438P614F-4265	Página	422/560



La oferta de asignaturas deberá garantizar su obtención, con un mín. de 24 y un máx. de 36 ECTS. Se recomienda que el plan incluya una oferta de materias/asignaturas por encima de los créditos mínimos necesarios para conseguir el microtítulo, con el fin de garantizar cierta optatividad y para repartir la matrícula del estudiantado del microtítulo entre varias asignaturas. Asimismo, el plan de estudios del microtítulo podrá tener un carácter completamente optativo, o definir un recorrido formativo progresivo y coherente.

Código	Asignatura	Créditos	Semestre	Grado
16744	MARKETING: MERCADO Y DEMANDA	6	2	ADE
16754	GESTIÓN DE MARKETING (1)	9	2	ADE
20599	GESTIÓN DE MARKETING (2)	6	1	ADE
16787	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6	1	ADE
19497	MARKETING DIGITAL	6	1	ADE
16784	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	6	1	ADE
16786	COMUNICACIÓN COMERCIAL	6	1	ADE
16785	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (3)	6	1	ADE
20616	DISTRIBUCIÓN OMNICANAL (4)	6	1	ADE
16759	INTERNATIONAL MARKETING	6	1	ADE
16765	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y MARCAS	6	2	ADE

- (1) Esta asignatura solo podrá cursarse durante los cursos académicos 2025-26 y 2026-27
- (2) Esta asignatura podrá cursarse a partir del curso académico 2027-28
- (3) Esta asignatura solo podrá cursarse durante los cursos académicos 2025-26, 2026-27 y 2027-28
- (4) Esta asignatura podrá cursarse a partir del curso académico 2028-29

Para la obtención del microtítulo deben cursarse asignaturas por un total de **30 ECTS**

4. PLAZAS OFERTADAS (Indicar nº MÁXIMO de plazas ofertadas totales, por curso académico y, en su caso, por asignatura)
5 plazas en cada asignatura obligatoria y 3 plazas en las asignaturas optativas por curso académico
5. PROCESO DE SELECCIÓN Y MATRÍCULA
5.1. CRITERIOS ESPECÍFICOS DE SELECCIÓN (a fijar por el centro, adicionales a los establecidos por la normativa)
<p>1. Cursar o haber cursado un grado en la UAM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección mediante el expediente académico. <p>2. Cursar o haber cursado un máster en la UAM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección mediante el expediente académico. <p>3. Estar graduado.</p>

Código Seguro De Verificación	694E-4848-7438P614F-4265	Fecha	01/07/2025
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General		
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=694E-4848-7438P614F-4265	Página	423/560



5.2. LÍMITES ESPECÍFICOS DE MATRICULACIÓN (a fijar por el centro, adicionales a los establecidos por la normativa)

6. OBSERVACIONES

Para el correcto seguimiento del título es preciso seguir un recorrido formativo progresivo y coherente, por ello se recomienda cursar primero las asignaturas **MARKETING: MERCADO Y DEMANDA** y **GESTIÓN DE MARKETING**. El resto de las asignaturas tienen carácter completamente optativo.

El programa formativo del microtítulo responde a una demanda detectada entre el estudiantado, que no consume recursos adicionales a la universidad en términos de personal docente, de apoyo o recursos materiales ni de infraestructura, porque la propia configuración del mismo se realiza gracias a asignaturas de grado ya existentes. Tampoco consume plazas de la oferta oficial, ya que los estudiantes matriculados en el programa se suman a los de la titulación de origen de las asignaturas abiertas, en una pequeña proporción asumible para los docentes. Más bien al contrario, cada crédito matriculado en el microtítulo, pagados según los precios públicos, son ingresos adicionales para la universidad, añadidos por encima de los matriculados por los estudiantes oficiales de sus grados, a los que se sumarían los matriculados por estudiantes externos.

BOLETÍN OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Código Seguro De Verificación	694E-4848-7438P614F-4265	Fecha	01/07/2025	
Firmado Por	Secretario General - Secretaria General			
Url De Verificación	https://sede.uam.es/ValidacionMoviles?codigoFirma=694E-4848-7438P614F-4265	Página	424/560	