Bàtxelor en Marketing

Guía del Título

2025-2026

BÀTXELOR EN MARKETING

GUÍA DEL TÍTULO 2025 2026

1. Naturaleza legal del título	▶Decreto del Gobiern del Principado de Andorra del 21 de febrero de 2024 de establecimiento del título universitario estatal de Bàxelor en Marketing.
2. Evaluación externa del Plan de Estudios	▶Informe favorable del Bàtxelor en Màrqueting por la eUniv de 26 de febrer de 2025 emitido por la Agencia de Calidad de la Enseñanza Superior de Andorra (AQUA), en convenio con la Agencia de Calidad y Prospectiva Universitaria de Aragón (ACPUA), miembro de la European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA) e inscrita en el European Quality Assur (EQAR).
3. Autorització legal	▶Decreto del Gobierno del Principado de Andorra del 23 d'abril de 2025 de aprobación del plan de estudios del Bàxelor en Marketing por la eUniv
4. Memoria	▶Memoria del Bàtxelor en Marketing por la eUniv
5. Centro	Colegio Universitario F. Layret de la Universitas Europaea IMF (www.euniv.eu).
6. Ciclo del EEES	Título de Ciclo Primero Nivel 2 del Marc Andorrà de Titulaciones de Enseñanza Superior
7. Continuación académica	Acceso directo a Máster
8. Carga	180 créditos europeos ECTS
9. Duración	Seis semestres (3 años)
10. Modalidad	No presencial
11. Idiomas	Català / Anglès / Espanyol
12. Plazas	Mínim 10 màxim 30
13. Perfil recomendado de acceso	El perfil recomendado para el acceso de este bàtxelor, es el de una persona con vocación comunicativa, facilidad para expresar ideas y capacidad creativa notable, con un interés para la comunicación y las relaciones públicas en genral y para la publicidad y el marketing en particular. Por otro lado, se recomienda una flexibilidad adaptativa a la evolución de la tecnología de la infromación y la comunicación, especialmente en las herramientas de carácter más creativo y comunicativo, así como una competencia lingüística sólida en el dominio tanto de las leguas catalana y española, como de la lengua inglesa.

14. Objetivos del título

La titulación de Bàtxelor en Marketing permite a los titulados ejercer como técnicos en diversos ámbitos, tanto en departamentos de marketing, publicidad y ventas en empresas y otras instituciones u organizaciones como en agencias de marketing y comuicación, dedicándose a la investigación de mercados, publicidad, marketing, marketing en línea, consultoria, relaciones públicas, relaciones con medios y gestión de clientes, entre otros.

15. Ámbitos profesionales del título

Técnicos en diversos ámbitors, tanto en departamentos de marketing, publiciadad y ventas en empresa y otras instituciones u organizaciones, como en agencias de marketing y comunicación.

Técnicos en investigación de mercados

Técnicos en publicidad

Técnicos en marketing

Técnicos en marketing en línea

Consultoria

Relaciones públicas

Relaciones con medios y gestión de clientes

16. Competencias Transversales

CT01. Dominar la comunicación en diferentes lenguas para expresar y entender mensajes en diferentes contextos y situaciones personales, sociales y profesionales.

CT02. Trabajar como miembro de un equipo, de forma colaborativa y con responsabilidad compartida.

CT03. Gestionar la información y comunicar el conocimiento, resolviendo situaciones en una sociedad en constante evolución.

CT04. Actuar según la ética y la responsabilidad social como ciudadano y como profesional.

CT05. Diseñar y desarrollar proyectos y procesos emprendedores desde una perspectiva de equilibrio sostenible para la transformación del entorno.

17. Competencias Específicas

CE01. Analizar mercados mediante la recolección de datos cuantitativos y cualitativos considerando variables socioculturales.

CE02. Analizar la información financiera y económica de la organización.

CE03. Diseñar estrategias de distribución y de precios en diferentes mercados.

CE04. Aplicar técnicas de marketing utilizando herramientas para alcanzar los objetivos estratégicos de la organización.

CE05. Diseñar planes de negocio sobre la base de un análisis de las necesidades de los consumidores y sus demandas.

CE06. Diseñar el lanzamiento de un producto o servicio orientado a los objetivos de la organización.

CE07. Diseñar estrategias de comunicación eficaces orientadas a diferentes públicos, considerando el uso de medios sociales, relaciones públicas, publicidad y otras formas de comunicación.

CE08. Capacidad para conocer y dar a conocer los ODS en un entorno social genérico y en un entorno profesional especializado en el estudio del marketing.

18. Unidades de enseñanza Primer Curso

01. OB. 12 ECTS: **CUFL-0002-B-BBA-ES** ▶Principios de organización y gestión de la empresa
02. OB. 12 ECTS: **CUFL-0071-B-COM-ES** ▶Elementos de la sociología y de comunicación
03. OB. 12 ECTS: **CUFL-0091-B-MQT-ES** ▶Derecho de la empresa, la comunicación y la información
04. OB. 12 ECTS: **CUFL-0007-B-BBA-ES** ▶Gestión del marketing: el plan de marketing
05. OB. 12 ECTS: **CUFL-0073-B-COM-ES** ▶Elementos de publicidad, marketing y RRPP

19. Unidades de enseñanza Segundo Curso

06. OB. 12 ECTS: **CUFL-0080-B-COM-ES** ▶ Medios y campañas publicitarias
07. OB. 12 ECTS: **CUFL-0082-B-COM-ES** ▶ Publicidad y marketing digital
08. OB. 12 ECTS: **CUFL-0078-B-COM-ES** ▶ Comunicación y marketing en el entorno digital
09. OB. 12 ECTS: **CUFL-0092-B-MQT-ES** ▶ Análisis del consumidor e investigación de mercados
10. OB. 12 ECTS: **CUFL-0076-B-COM-ES** ▶ Estrategia y técnicas publicitarias

20. Unidades de enseñanza Tercer Curso

11. OB. 12 ECTS: **CUFL-0009-B-BBA-ES** ▶ Logística y distribución
12. OB. 12 ECTS: **CUFL-0010-B-BBA-ES** ▶ Innovar y emprender: gestión de nuevos productos-servicios
13. OB. 12 ECTS: **CUFL-0006-B-BBA-ES** ▶ Gestión de finanzas
14. OB. 12 ECTS: **CUFL-0093-B-MQT-ES** ▶ Distribución comercial y gestión del punto de venta
15. LE. 12 ECTS: **CUFL-0000-B-MQT-ES** Créditos de libre elección

21. Vías legales de acceso

A. Títulos oficiales andorranos de Bachiller, Bachiller Profesional o Diploma Profesional Avanzado.
B. Títulos universitarios estatales andorranos de diplomado, licenciado, bachelor, bachelor especializado, máster o doctorado.
C. Acreditación de la Universidad de Andorra de haber superado el acceso a la Universidad para personas de + 25 años.
D. Títulos equivalentes emitidos por instituciones educativas no andorranas, que deben ser verificados previamente por parte del Ministerio de Educación de Andorra, y deben permitir el acceso a las enseñanzas en el país de origen.

22. Criterios de admisión

A. Calificaciones académicas aportadas con el título de acceso: 1 punto por Aprobado, 2 puntos por Notable, 3 puntos por Excelente y 4 puntos por Matrícula de Honor.
B. Titulaciones oficiales distintas de la aportada para el acceso: 1 punto por cada una.
C. Experiencia profesional: 1 punto por cada año acreditado, siempre y cuando sea en el ámbito de las enseñanzas.
D. Idiomas: 1 punto por cada idioma con nivel acreditado B-2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

23. Matriculación

A. La matrícula ordinaria completa de un curso académico es, en todas las enseñanzas de la Universidad, de 60 créditos ECTS o 5 Unidades de enseñanza.
B. En el último año académico, el alumnado puede solicitar una matrícula extraordinaria de 72 créditos ECTS siempre y cuando la sobrascripción corresponda a Unidades de enseñanza cursadas y no superadas en años anteriores.

24. Régimen de estudios

A. El alumnado con dedicación a Tiempo Completo a las enseñanzas debe matricular 30 créditos ECTS por curso académico.
B. El alumnado con dedicación a Tiempo Parcial en las enseñanzas debe matricular un mínimo de 12 créditos ECTS por curso académico y de un máximo de 24.

25. Régimen de permanencia

A. El alumnado con dedicación a Tiempo Completo dispone de un derecho de permanencia y finalización ordinaria de sus enseñanzas de Bátxelor de 5 cursos académicos, y de la posibilidad de solicitar una única prórroga.

B. El alumnado con dedicación a Tiempo Parcial dispone de un derecho de permanencia y finalización ordinaria de las enseñanzas de Bàtxelor de 6 cursos académicos, y de la posibilidad de solicitar una única prórroga.

26. Actividades formativas

A. Teóricas: Constituyen una actividad formativa ordenada preferentemente hacia la competencia de los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de los contextos más amplios (o multidisciplinarios) relacionados con los estudios; prioriza la transmisión de conocimientos por parte del profesorado, exigiendo al alumnado la preparación previa o el estudio posterior.

B. Prácticas: Constituyen una actividad formativa organizada preferentemente hacia la competencia de los estudiantes para poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando en el ámbito de los estudios de una manera que deberá ser en gran medida autodirigida o autónoma, así como la competencia de los estudiantes para comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de manera clara y sin ambigüedades en el ámbito de los estudios; prioriza la participación conjunta del alumnado en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio, a partir de la coordinación del profesorado de las enseñanzas.

C. Participativas: Constituyen una actividad formativa ordenada preferentemente a la competencia de los estudiantes para aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional, y poseen las competencias que se suelen demostrar a través de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

D. Investigación: Pueden ser individuales o colaborativas y constituyen una actividad formativa que prioriza el aprendizaje autónomo por parte del alumnado.

27. Metodologías docentes

A. Clases teóricas

B. Conferencias

C. Clases Prácticas

D. Talleres prácticos

E. Foros de debate y discusión

F. Simulaciones en grupo

G. Tutorías en grupo

28. Evaluación de las actividades formativas

A. Teóricas: Prueba test con de 80 preguntas con 4 opciones de respuesta, de las cuales sólo una es válida. Se requiere que el alumnado responda correctamente a un mínimo de 60 preguntas. La calificación obtenida pondera el 30% del total.

B. Prácticas: Prueba práctica consistente en desarrollar 6 cuestiones correspondientes a 6 casos o ejercicios diferentes de cada unidad de enseñanza. El resultado de la prueba se declara Apto si se responden correctamente y completa 4 de las 6 cuestiones. La calificación obtenida pondera el 30% del total.

C. Participativas: Participación en los 6 debates planteados en cada unidad de enseñanza a través del Foro. La participación se declara Apta si el alumnado ha participado en un mínimo de 5 debates y ha recibido una valoración positiva en un mínimo de 7 de los 10 parámetros del Informe Evaluador. La calificación obtenida pondera el 10% del total.

D. Investigación: valoración objetiva de la presentación (individual o en grupo) de un trabajo académico de investigación que sigue la metodología establecida a este efecto. Para superar la evaluación se debe obtener una valoración positiva en un mínimo de siete de los diez indicadores del informe de evaluación, que se hacen públicos y que el alumnado conoce previamente. Los parámetros de evaluación son públicos y conocidos por los estudiantes antes de iniciar el trabajo. La ponderación de esta evaluación sobre la calificación final de la unidad de enseñanza es del 30%.

29. Ponderación mínima

La superación de la evaluación de la unidad de enseñanza requiere un mínimo del 66% de la ponderación total obtenida en la evaluación de las actividades formativas.

30. Coordinación	Sr. Gerard Miret coordinatio.b.mqt@euniv.eu
31. Tutores/as	Sra. Marta Arévalo tutoriaslayret@euniv.eu
32. Gestor/a	Sr. Enric Roig pas.b.mqt@euniv.eu
33. Profesorado	**01.** CUFL-0002-B-BBA-ES Dr. Agustí Ten Pujol **02.** CUFL-0071-B-COM-ES Dr. Jordi Sauret Pont **03.** CUFL-0091-B-MQT-ES Dra. Montserrat Nebrera **04.** CUFL-0007-B-BBA-ES Dr. Josep Lluís del Olmo Arriaga **05.** CUFL-0073-B-COM-ES Dr. Josep Lluís del Olmo Arriaga **06.** CUFL-0080-B-COM-ES Dr. Ramon Ollé **07.** CUFL-0082-B-COM-ES Lc. Christel Torres **08.** CUFL-0078-B-COM-ES Dr. Jordi Sauret Pont **09.** CUFL-0092-B-MQT-ES Dr. Jordi Sauret Pont **10.** CUFL-0076-B-COM-ES Dr. Ramon Ollé **11.** CUFL-0009-B-BBA-ES Lc. Andrea Monzani Sabater **12.** CUFL-0010-B-BBA-ES Dr. Francisco J. Guillén Martinez **13.** CUFL-0006-B-BBA-ES Sr. Anton Miret **14.** CUFL-0093-B-MQT-ES Dra. Belén Arcones **15.** CUFL-0000-B-MQT-ES
34. Comisión de seguimiento	01. Presidencia: Sr.Gerard Miret 02. Secretaria: Sr. Aleu Miret 03. Vocal representante del profesorado: Dr. Carlos Martínez 04. Vocal representante del alumnado: Sra. Mónica Tinajas 05. Vocal representante del PAS: Sra. Mònica Jiménez 06. Vocal representante de los sectores afines: Sra. Beatriz Pintos
35. Buzón	qualitas@euniv.eu