

# **Grado de Marketing e investigación de mercados**

ONLINE Y SIN HORARIOS

# Grado Online de Marketing e investigación de mercados

**Inicio**  
18 feb 2026      **100%**  
Online      **240**  
Créditos

**Idiomas:** Español, Catalán

**Titulación oficial**

**Solicita información**

**Solicita el acceso**

 **Metodología 100% online**

 **1.ª universidad online del mundo**

 **Acompañamiento personalizado**

## Presentación

El grado online de Marketing e Investigación de Mercados de la UOC proporciona una amplia formación en las diferentes áreas de valor de la empresa y profundiza en el ámbito del **marketing digital** y en las funciones específicas de la **investigación de mercados**.

## ¿Por qué estudiar el grado de Marketing e Investigación de Mercados online de la UOC?

El grado de Marketing e Investigación de Mercados online de la UOC te dota de las capacidades analíticas y directivas necesarias para:

- Desarrollar conocimientos y habilidades en la **dirección estratégica de marketing**.
- Diseñar **iniciativas de comunicación** desde una óptica integral.
- Aplicar **herramientas de investigación de mercados** que disminuyan el riesgo en la toma de decisiones empresariales.

Este grado te enseña las oportunidades que ofrecen internet y los medios digitales para aportar valor a los clientes y alcanzar los objetivos de negocio. Asimismo, te prepara para utilizar los medios digitales y las soluciones tecnológicas actuales en la investigación de marketing.

## El marketing: una asignatura obligatoria para las empresas

Cursar esta titulación de alto nivel y rigor académico te habilita para entender las **tendencias en marketing e investigación de mercados** actuales.

Te capacitamos para afrontar los nuevos retos que se dibujan en la sociedad actual y en el contexto de las TIC. También para conocer el mercado, tomar decisiones, planificar y gestionar el tiempo de forma óptima mediante estas nuevas tecnologías.

El grado de Marketing e Investigación de Mercados online te proporciona las herramientas para que sepas **comunicar adecuadamente**, tanto por escrito como oralmente, en tu lengua propia y en inglés.

Desarrollarás las habilidades necesarias, y practicarás y difundirás un comportamiento innovador, dialogante, ético y responsable. Además, en este grado apostamos por la incorporación de los principios de la **gestión responsable** y por el cumplimiento de los retos establecidos en la **Agenda 2030** para el Desarrollo Sostenible.

Síguenos en @UOCekoempresa - #UOCeconomía

## **Titulación oficial**

El grado de Marketing e investigación de mercados es una titulación que ha sido verificada por el Consejo de Universidades, y su implantación ha sido autorizada por la Generalitat de Cataluña, según lo que marca la legislación vigente.

Los títulos universitarios oficiales de la UOC tienen validez en todo el territorio español, surten efectos académicos plenos y habilitan, en su caso, para la realización de actividades profesionales reguladas, de acuerdo con la normativa que en cada caso resulte de aplicación.

Estos títulos se expediten juntamente con el suplemento europeo al título (SET), que facilita información sobre los estudios cursados por el estudiante, los resultados obtenidos, las capacidades profesionales logradas y el nivel de la titulación en el sistema español de educación superior, con el fin de facilitar su reconocimiento y promover la movilidad de estudiantes y titulados dentro del espacio europeo de educación superior (EEES).

La validez en otros países de los títulos universitarios oficiales expedidos por la UOC vendrá determinada en cada caso por las leyes de educación de cada país.

### **Consulta más detalles sobre:**

- + [Homologación](#)
- + [Legalización](#)

Si tienes un Ciclo Formativo de Grado Superior (CFGs) consulta los reconocimientos de créditos del Grado de Marketing e investigación de mercados.

## **La UOC, la mejor universidad online**

Somos la universidad online del Estado mejor posicionada en los principales rankings de calidad universitaria.



## **Calidad de la titulación**

La calidad de este programa está avalada por la [AQU](#) (Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya) la cual asegura el rigor y el cumplimiento de los estándares exigidos en el [EEES](#).

### [+ Calidad de la titulación](#)

## **Acreditación de calidad AQU**

[Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya](#)



AQU Catalunya está inscrita en EQAR

### **Con la colaboración de:**



# Plan de estudios

|             |               |           |
|-------------|---------------|-----------|
| <b>240</b>  | <b>60</b>     | <b>48</b> |
| ECTS        | ECTS          | ECTS      |
| Básica      |               | Optativa  |
| <b>126</b>  | <b>6</b>      |           |
| ECTS        |               |           |
| Obligatoria | Trabajo final |           |

## Asignaturas del programa

Consulta los detalles de las asignaturas que te interese cursar para adaptar los estudios a tu ritmo, según la disponibilidad y los requisitos de matrícula de cada asignatura y el tiempo de dedicación por el que hayas optado.

### Tipología

| Formación básica (60 ECTS)                 | Créditos |
|--|----------|
| Introducción a la empresa                  | 6        |
| Introducción a la información financiera   | 6        |
| Fundamentos de marketing                   | 6        |
| Mercados y conducta                        | 6        |
| Comportamiento de los agregados económicos | 6        |
| Fundamentos de estadística                 | 6        |
| Introducción al derecho                    | 6        |
| Iniciativa emprendedora                    | 6        |
| Competencias digitales                     | 6        |
| Inglés B2.1                                | 6        |

| <b>Asignaturas obligatorias (126 ECTS)</b> | <b>Créditos</b> | <b>Asignaturas optativas (126 créditos ECTS)</b>                                   | <b>Créditos</b> |
|--|-----------------|--|-----------------|
| Análisis de los estados financieros        | <b>6</b>        | Anàlisis de redes sociales y económicas  | <b>6</b>        |
| Análisis multivariante                     | <b>6</b>        | Business Game: simulación de negocios  | <b>6</b>        |
| Inglés B2.2                                | <b>6</b>        | Comunicación e imagen corporativa  | <b>6</b>        |
| Canales de distribución                    | <b>6</b>        | Dirección publicitaria   | <b>6</b>        |
| Comportamiento del consumidor              | <b>6</b>        | Estrategias de marketing digital   | <b>6</b>        |
| Comunicación de marketing integrada        | <b>6</b>        | Ética, diversidad y gestión responsable (nueva asignatura, forma parte de mención) | <b>6</b>        |
| Control presupuestario y de gestión        | <b>6</b>        | Transformación digital (forma parte de mención)*                                   | <b>6</b>        |
| Decisiones estratégicas de operaciones     | <b>6</b>        | Gestión de proyectos de Big Data**   | <b>6</b>        |
| Dirección de marketing                     | <b>6</b>        | Investigación de mercados digitales (nueva asignatura, forma parte de mención)**   | <b>6</b>        |
| Dirección de productos y marcas            | <b>6</b>        | Investigación de mercados qualitativa**  | <b>6</b>        |
| Estructura económica                       | <b>6</b>        | Introducción al Business Intelligence y Big Data                                   | <b>6</b>        |
| Inferencia estadística                     | <b>6</b>        | Marketing en medios sociales   | <b>6</b>        |
| Investigación de mercados cuantitativa     | <b>6</b>        | Marketing y consumo responsables (nueva asignatura, forma parte de mención)*       | <b>6</b>        |
| Habilidades directivas                     | <b>6</b>        | Marketing internacional  | <b>6</b>        |
| Inversión empresarial                      | <b>6</b>        | Pensamiento creativo   | <b>6</b>        |
| Investigación de mercados                  | <b>6</b>        | Prácticas empresariales I  | <b>6</b>        |
| Logística                                  | <b>6</b>        | Prácticas empresariales II   | <b>6</b>        |
| Marketing digital                          | <b>6</b>        | SEO, SEM y analítica web   | <b>6</b>        |
| Personas y organizaciones                  | <b>6</b>        | Sostenibilidad y transición ecológica (nueva asignatura, forma parte de mención)*  | <b>6</b>        |
| Planificación estratégica de marketing     | <b>6</b>        | Técnicas de venta  | <b>6</b>        |
| Proyecto de investigación de mercado       | <b>6</b>        | Tecnologías del comercio electrónico   | <b>6</b>        |
|  |                 | Temas actuales de marketing  | <b>6</b>        |
|  |                 | Técnicas de expresión escrita académica y profesional                              | <b>6</b>        |
|  |                 | Uso de sistemas de información en las organizaciones*                              | <b>6</b>        |
|  |                 | <b>Trabajo final de grado</b>  | <b>6</b>        |

\*Despliegue de la asignatura en el semestre 20252

\*\*Despliegue de la asignatura en el semestre 20261

Antes de cursar las **asignaturas de idioma** de este programa, consulta las [recomendaciones referentes a las asignaturas de idioma de los grados de la UOC](#).

| <b>Asignaturas</b>                                     | <b>Tipología</b> | <b>Créditos</b> | <b>Semestre 4</b>                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b> |
|--|------------------|-----------------|--|------------------|-----------|
|  |                  |                 | Inversión empresarial                  | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Decisiones estratégicas de operaciones | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Análisis multivariante                 | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Comportamiento del consumidor          | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Inglés B2.2                            | Obligatoria      | 6         |
| <b>Semestre 1</b>                                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b>       |  |                  |           |
| Introducción a la empresa                              | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Introducción al derecho                                | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Mercados y conducta                                    | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Introducción a la información financiera de la empresa | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Competencias digitales                                 | Básica           | 6               |  |                  |           |
|  |                  |                 | <b>Semestre 5</b>                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b> |
|  |                  |                 | Control presupuestario y de gestión    | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Logística                              | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Investigación de mercados              | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Comunicación de marketing integrada    | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Optativa I                             | Optativa         | 6         |
| <b>Semestre 2</b>                                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b>       |  |                  |           |
| Fundamentos de marketing                               | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Iniciativa emprendedora                                | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Fundamentos de estadística                             | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Comportamiento de los agregados económicos             | Básica           | 6               |  |                  |           |
| Inglés B2.1  | Básica           | 6               |  |                  |           |
|  |                  |                 | <b>Semestre 6</b>                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b> |
|  |                  |                 | Marketing digital                      | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Canales de distribución                | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Marketing cuantitativo                 | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Dirección de productos y marcas        | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Investigación de mercados cuantitativa | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Optativa II                            | Optativa         | 6         |
| <b>Semestre 3</b>                                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b>       |  |                  |           |
| Personas y organizaciones                              | Obligatoria      | 6               |  |                  |           |
| Estructura económica                                   | Obligatoria      | 6               |  |                  |           |
| Inferencia estadística                                 | Obligatoria      | 6               |  |                  |           |
| Dirección de marketing                                 | Obligatoria      | 6               |  |                  |           |
| Ánalysis de los estados financieros                    | Obligatoria      | 6               |  |                  |           |
|  |                  |                 | <b>Semestre 7</b>                      | <b>Tipología</b> | <b>30</b> |
|  |                  |                 | Habilidades directivas                 | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Proyecto de investigación de mercados  | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Planificación estratégica de marketing | Obligatoria      | 6         |
|  |                  |                 | Optativa III                           | Optativa         | 6         |
|  |                  |                 | Optativa IV                            | Optativa         | 6         |

| Semestre 8             | Tipología   | 30 |  |
|------------------------|-------------|----|--|
| Optativa V             | Optativa    | 6  |  |
| Optativa VI            | Optativa    | 6  |  |
| Optativa VII           | Optativa    | 6  |  |
| Optativa VIII          | Optativa    | 6  |  |
| Trabajo final de grado | Obligatoria | 6  |  |

## Menciones

Las menciones reflejan la especialización curricular del estudiante y quedan recogidas oficialmente en el título. Aunque existe la flexibilidad de que el estudiante diseñe su propio itinerario académico y, por tanto, titularse sin mención.

Dentro de los 48 ECT optativos necesarios para la obtención del título, 30 de ellos pueden configurar una mención. En el Grado de Marketing e Investigación de Mercados se ofrece la mención en **Sostenibilidad y Transición Digital en marketing e investigación de mercados**. Las asignaturas que la conforman son:

- Ética, diversidad y gestión responsable
- Sostenibilidad y transición ecológica
- Transformación Digital
- Introducción al Business Intelligence y al Big Data
- Estrategias de marketing digital
- Marketing y consumo responsables
- Investigación de mercados digitales
- TFG, área Sostenibilidad y transición digital en marketing e investigación de mercados

La Mención en **Sostenibilidad y transición digital en marketing e investigación de mercados** tiene como objetivo abordar la transición digital integrando los principios, valores y cultura de la sostenibilidad en el proceso de toma de decisiones empresariales en el contexto de actividades de marketing y de investigación comercial. Se adopta, por tanto, un enfoque transdisciplinario al desarrollar contenidos vinculados tanto a la sostenibilidad como a la transición digital en el marco organizacional.

La mención pretende capacitar a los estudiantes del Grado de las competencias necesarias en las dimensiones de sostenibilidad y digitalización, y en la interacción entre ambas, que influyen en la toma de decisiones en un entorno empresarial cada vez más consciente del impacto ambiental. En el ámbito concreto del marketing y de la investigación de mercados, la mención reconoce la creciente importancia de la tecnología a la hora de afrontar el desafío profesional de facilitar y potenciar estrategias de marketing responsables y sostenibles.

**Nota: El estudiante puede optar por graduarse sin mención.**

## Asignaturas optativas no incluidas en menciones

El estudiante dispone de la posibilidad de escoger libremente entre todas las asignaturas optativas del plan de estudios, estén o no vinculadas a una mención. En el grado se ofrecen un conjunto de **asignaturas optativas no vinculadas estrictamente a ninguna mención**, que contribuyen a reforzar competencias de carácter transversal y que pueden ser interesantes para cualquier estudiante, independientemente del perfil profesional al que se oriente. Estas asignaturas son las siguientes:

|   | Créditos | ECTS |
|---|----------|------|
| <b>Optativas no vinculadas a ninguna mención</b>      |          |      |
| Análisis de redes económicas y digitales              | 6        |      |
| Business Game: simulación de negocios                 | 6        |      |
| Comunicación e imagen corporativa                     | 6        |      |
| Dirección publicitaria                                | 6        |      |
| Estrategias de marketing digital                      | 6        |      |
| Gestión de proyectos de Big Data**                    | 6        |      |
| Investigación de merados cualitativa**                | 6        |      |
| Introducción al Business Intelligence y Big Data      | 6        |      |
| Marketing en medios sociales                          | 6        |      |
| Marketing y consumo responsables*                     | 6        |      |
| Marketing internacional                               | 6        |      |
| Pensamiento creativo                                  | 6        |      |
| Prácticas empresariales I                             | 6        |      |
| Prácticas empresariales II                            | 6        |      |
| SEO, SEM y analítica web                              | 6        |      |
| Técnicas de venta                                     | 6        |      |
| Tecnologías del comercio electrónico                  | 6        |      |
| Temas actuales de marketing                           | 6        |      |
| Técnicas de expresión escrita académica y profesional | 6        |      |
| Uso de sistemas de información en las organizaciones* | 6        |      |

\*Despliegue de la asignatura en el semestre 20252

\*\*Despliegue de la asignatura en el semestre 20261

## Asignaturas optativas no incluidas en el Grado. Los minors

Los **minors** son unidades de aprendizaje orientadas a la consecución de competencias propias de un ámbito de conocimiento o titulación diferentes del grado de Marketing e Investigación de mercados.

El minor se concretará en **asignaturas que no sean las propias del plan de estudios que cursa el estudiante**, pero se traducirá, una vez superada, en asignaturas optativas de éste.

La universidad aprobará el catálogo de minors y determinará cuáles son los que reconocerá cada titulación oficial. Los minors que se pueden cursar en el marco de este grado estarán conformados por **un mínimo de 12 y un máximo de 24 créditos ECTS**. Sólo se reconocerá el creditaje superado en el minor en el expediente de la

titulación oficial EEEs una vez se hayan superado todas las asignaturas que lo componen. Los sistemas de reconocimiento y transferencia de las asignaturas que componen un menor se regularán en la normativa académica correspondiente. **La superación del menor se certificará en el suplemento europeo del título.**

## Carga lectiva

El plan de estudios del grado de **Marketing e investigación de mercados** se compone de **240 créditos ECTS**, los cuales se organizan en tres grandes subconjuntos: **básico, obligatorio y optativo**:

- 60 créditos ECTS de **formación básica**, de los cuales:
  - 42 corresponden a materias básicas de la rama de conocimiento, y
  - 18 a materias comunes consideradas transversales por la Universidad.
- 132 créditos ECTS **obligatorios**, dentro de los cuales se integran los 6 créditos del trabajo final de grado (TFG).
- 48 créditos ECTS **optativos**.

El criterio utilizado para la organización de las materias en estos tres subconjuntos es coherente con las disposiciones del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre de 2007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

## Prácticas

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Tipología de la asignatura</b> | Optativa  |
| <b>Duración</b>                   | 6 o 12 créditos ECTS, que equivalen a 150 o 300 horas. Son prácticas académicas curriculares.   |
| <b>Modalidad/ Modalidades</b>     | Presencial, semipresencial o virtual  |
| <b>Requisitos</b>                 | Haber superado 120 créditos ECTS.   |
| <b>Acompañamiento</b>             | Durante la realización de las prácticas, el estudiante dispone de un seguimiento docente personalizado, con un profesional que actúa como tutor de centro de prácticas y un profesor que actúa como tutor académico, quienes garantizan que las prácticas se llevan a cabo siguiendo el proyecto formativo. |



### Prácticas

Con la UOC, todo son ventajas a la hora de realizar tus prácticas. Dispones de más de 10.000 empresas colaboradoras en las que realizar prácticas. Las prácticas curriculares y no curriculares representan una oportunidad única para encontrar trabajo o mejorar tu situación actual.

## Trabajo final de grado

Los estudios de grado concluyen con la elaboración de un trabajo final. En el grado de Marketing e Investigación de Mercados el trabajo final tiene 6 créditos ECTS.

El trabajo final de grado consiste en la realización de un trabajo individual de síntesis de los conocimientos adquiridos en otras asignaturas del grado de Marketing e Investigación de Mercados. Es una asignatura que el estudiante debe cursar para finalizar el programa y está orientada a la evaluación de las competencias asociadas al título. Por ello, para matricularse de esta asignatura es necesario haber superado un número determinado de créditos del programa.

En el grado de Marketing e Investigación de Mercados se ofrece la posibilidad de llevar a cabo un trabajo final en alguno de los 3 ámbitos establecidos. El estudiante deberá elegir el ámbito de conocimiento en el que quiere hacer su trabajo de fin de grado. Para matricularse del trabajo final. El tutor académico de la UOC ejerce un papel clave en la orientación, la información y la gestión del proceso de selección de los trabajos finales.

El trabajo final es un trabajo individual que se realiza con la tutorización y la guía del tutor del trabajo final, que brinda el acompañamiento necesario para que el estudiante lo pueda llevar a cabo con éxito. El tutor del trabajo final es el encargado de orientar al estudiante y efectuar el seguimiento del proyecto; asimismo, lo asesora en cada uno de los aspectos: conceptualización, fundamentación, metodología, redacción de los resultados y defensa.

El trabajo final concluye con una defensa, en la que el estudiante debe realizar una exposición de dicho trabajo, que se lleva a cabo de manera virtual ante una comisión de evaluación formada por dos miembros, que lo evalúan.

La calificación del trabajo final consta de tres partes: (1) el seguimiento y la elaboración del trabajo, (2) el trabajo final realizado y (3) la defensa del trabajo. La defensa debe hacerse de forma virtual y síncrona.

Para más información sobre la docencia y el proceso de solicitud, debe consultarse el plan docente en la Secretaría del Campus una vez se ha requerido el acceso al programa.

## Duración

El **grado de Marketing e investigación de mercados** tiene una duración mínima de **cuatro cursos académicos** distribuidos en ocho semestres, con una carga total de 240 créditos ECTS. Sin embargo, la **flexibilidad de la normativa académica de la UOC** permite que cada persona pueda ajustar la duración y el ritmo de los estudios a sus posibilidades de dedicación y a su disponibilidad de tiempo. De esta manera, los estudiantes disponéis de un amplio abanico de posibilidades a la hora de decidir qué créditos escogéis cada semestre.

Si bien los estudiantes tenéis **libertad para configurar vuestro itinerario curricular**, habéis de tener en cuenta que:

- Los créditos básicos tienen que formar parte de los 120 primeros créditos ECTS cursados por cada estudiante.
- Para cursar el trabajo final de grado hace falta haber superado las asignaturas básicas y el resto de las asignaturas obligatorias.
- Las prácticas empresariales sólo se pueden cursar una vez superadas todas las asignaturas básicas y obligatorias (salvo el trabajo final de grado).

Por ello, en el momento de hacer la matrícula, la UOC pone a disposición de los estudiantes **un tutor**, que os ofrecerá **asistencia directa y el asesoramiento necesario**.

Con dedicación completa al estudio se prevé que un estudiante pueda hacer todo el plan de estudios en cuatro cursos (ocho semestres), siguiendo la planificación que se visualiza en el **cuadro de asignaturas organizadas por semestres**. Las asignaturas están repartidas de manera progresiva, de acuerdo con las actitudes adquiridas en el transcurso de cada semestre. Esta distribución facilita que el estudiante disponga de un **criterio sólido de elección**, que puede cumplimentar orientado hacia sus preferencias y cualidades personales.

# Reconocimiento de créditos

## Reconocimiento de créditos

La UOC permite convalidar o adaptar los estudios que se han cursado anteriormente y reconocer asignaturas o prácticas en función de la experiencia profesional. El reconocimiento de créditos permite reducir el tiempo de estudio.

Ante cualquier duda, rellenad el formulario de solicitud de información y contactaremos con vosotros.

### Ventajas de solicitar un reconocimiento de créditos.

No debéis cursar en vuestro programa de estudios las asignaturas reconocidas mediante la evaluación de estudios previos (EEP) o del reconocimiento académico de la experiencia profesional (RAEP). Una vez se han incorporado a la matrícula, los créditos reconocidos se descuentan del total de créditos que hay que cursar para obtener el título.

En el caso de los grados, la UOC puede reconocer los créditos de formación básica de la misma rama de conocimiento o ámbito de conocimiento, mientras los estudios aprobados sean de enseñanzas universitarias oficiales (excepto en el caso del máster universitario) y pertenezcan a la misma rama de conocimiento o ámbito de conocimiento que el grado de destino.

### Cómo puede solicitarse el reconocimiento de créditos

El trámite puede hacerse cada semestre y el resultado se comunica antes de que empiece la docencia. La tramitación de la solicitud debe hacerse desde el Campus Virtual. El estudiantado de nueva incorporación deberán haber solicitado previamente la solicitud de acceso.

Una vez que tengáis acceso al Campus Virtual, podéis consultar las tablas de equivalencias con un gran número de titulaciones de otras universidades, que muestran una simulación de los créditos que podéis convalidar. Si no encontráis en ésta la tabla de equivalencias propia de los estudios que habéis realizado, una comisión analizará vuestra solicitud de manera personalizada.

La evaluación de los estudios previos y el reconocimiento de la experiencia profesional pueden solicitarse durante toda la vida académica en la UOC, y siempre podéis actualizarlos si aportáis más estudios o nueva experiencia profesional.

En el buzón personal recibiréis el resultado del reconocimiento de créditos y, en caso de que no estéis de acuerdo, dispondréis de un periodo de tiempo para realizar alegaciones.

## Evaluación de estudios previos

La evaluación de estudios previos (EEP) es el trámite que deben solicitar los estudiantes que quieran convalidar los estudios que han cursado en la UOC o en cualquier otra universidad.

### Estudios y actividades que pueden ser susceptibles de reconocimiento de créditos:

- Titulaciones oficiales.
- Titulaciones propias cursadas en universidades o centros de enseñanza superior.
- Titulaciones de idiomas.
- Ciclos formativos de grado superior.
- Actividades universitarias en caso de que se curse un grado.

Para saber los detalles, rellenad el formulario de acceso y consultad al tutor.

Según tu CFGS de origen, puedes convalidar hasta 60 créditos del Grado Marketing e Investigación de Mercados

## Convalidaciones CFGS

Con un ciclo formativo de grado superior podrás convalidar algunos créditos de los grados online de la UOC.

Consulta si tu ciclo formativo está entre los que permiten esta convalidación y cuantos créditos puedes llegar a convalidar.

## Reconocimiento académico de la experiencia profesional

La UOC ofrece la posibilidad de reconocer algunas asignaturas o prácticas en función de la experiencia profesional demostrada. Para conseguirlo es necesario solicitar el Reconocimiento académico de la experiencia profesional (RAEP), un trámite en el que es necesario acreditar documentalmente este bagaje profesional.

De esta manera se pueden convalidar hasta el 15 % de los créditos de la titulación.

+ [Consultar las convalidaciones RAEP](#)

# **Profesorado**

## **Direcció de programa**

Carmen Pacheco Bernal

Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) con una tesis sobre la adopción de las tecnologías móviles en el sector de la investigación de marketing. Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado y diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad de Barcelona (UB).

## **Direcció d'Estudis**

Xavier Baraza Sàncchez

Doctor en Ingeniería Química, Máster en Química Experimental e Ingeniero químico industrial por la Universidad de Barcelona. Máster en Administración de Empresas (MBA) por la Escuela Europea de Negocios. Máster en Prevención De Riesgos Laborales por la Universidad Politécnica de Cataluña.

## **Profesorado**

Amal Elasri Ejjaberi

Andrea Rosales Climent

Anna Maria Ruiz Martín

Athina Sismanidou Kalfadimou

Ayllen Gil Seaton

Carles Méndez Ortega

Carmen Pacheco Bernal

Carolina Hintzmann Colominas

Cristian Castillo Gutiérrez

Elisabet Ruiz Dotras

Gisela Ammetller Montes

Inma Rodríguez Ardura

Iu Tusell

Iviane de Luna Ramos

Joan Llobet Dalmases

Joan Pujolar Cos

Jordi Rizo Gubianas

Josep Llados Masllorens

José Carlos Ramos

Laura Lamolla Kristiansen

Lourdes Esteban Paredes

Marc Compte Pujol

Maria Pujol Jover

Maria Teresa Puigdevall Serralvo

Marie Christine Appel

Pau Cortadas Guasch

Raquel Ferreras Garcia

Teresa Romeu Fontanillas

Vicente Peñarroja Cabañero

# Salidas profesionales

## Salidas profesionales

Las principales **salidas profesionales** de los graduados en **Marketing e investigación de mercados por la UOC** están orientadas al ejercicio de cargos de responsabilidad en el ámbito del **marketing** en el mundo de las empresas y las organizaciones, y al **ejercicio libre de la profesión**.

Los graduados en **Marketing e investigación de mercados por la UOC** son profesionales sólidos y polivalentes que se distinguen por **saber entender y gestionar las claves del entorno empresarial actual**.

Las **principales salidas profesionales** del grado de Marketing e investigación de mercados tienen que ver con:

- **Dirección estratégica:** staff de dirección estratégica, adjunto de dirección.
- **Dirección de marketing:** *marketing assistant, product manager, brand manager*, responsable de dirección estratégica de marketing, director de marketing, consultor de marketing.
- **Canales de distribución:** especialista en canales, *category manager*, director de *trade marketing*, responsable de centro comercial.
- **Dirección de la comunicación integrada en el marketing:** especialista en comunicación de marketing, responsable de comunicación de marketing, ejecutivo de cuentas, planificador de cuentas.
- **Investigación comercial:** analista en *market intelligence*, analista de bases de datos de marketing, director de *market intelligence*, consultor de investigación de mercados, analista de investigación de mercados, responsable de proyectos de investigación de mercados.
- **Marketing global:** analista de mercados globales, director de exportación, responsable de desarrollo internacional del negocio.
- **Marketing digital:** técnico de marketing digital, responsable de marketing digital, community manager.
- **Dirección comercial:** técnico comercial, inspector de ventas, jefe de equipo, jefe de ventas, delegado comercial, director comercial.
- **Iniciativa emprendedora:** emprendedor, asesor de emprendeduría.



### Empleabilidad

La empleabilidad de nuestros estudiantes es clave para el éxito de la UOC. Identificamos las competencias clave que demanda el mercado laboral y las incluimos en los planes de estudios. También te empoderamos para que seas tú quien decida y gestione tu carrera

## Perfiles

El plan de estudios del **grado de Marketing e investigación de mercados** diseñado por la **UOC** pretende formar **profesionales polivalentes** y dotarlos de una base sólida de conocimientos y habilidades sobre la disciplina, la cual los capacita para desarrollar adecuadamente las diversas profesiones relacionadas con los diferentes ámbitos del marketing y la investigación de mercado, y sobre todo las relacionadas con:

- Gestión y dirección de marketing en el negocio.
- Investigación comercial o de mercados.
- Gestión y dirección de actividades de distribución comercial.
- Dirección de programas de comunicación integrada en el marketing.
- Gestión y dirección de iniciativas de comercio electrónico y negocio electrónico.
- Gestión y dirección de iniciativas comerciales y de negocio en mercados exteriores y desarrollo de funciones comerciales y de dirección de la fuerza de ventas.

## Objetivos

## Competencias

Las competencias del **grado de Marketing e investigación de mercados** de la **UOC** capacitan al estudiante para:

### Competencias transversales

- Aprender a adoptar actitudes y comportamientos de acuerdo con una **práctica profesional ética** y responsable.
- Buscar, identificar, organizar y utilizar adecuadamente la información.
- Analizar, organizar y planificar la actividad profesional de una manera óptima.
- Capacidad para el análisis crítico y la síntesis.
- **Trabajar en equipo** y en red en **entornos multidisciplinares**.
- Tener capacidad para la negociación.
- Utilizar y aplicar las tecnologías de la información y la comunicación (**TIC**) en los **ámbitos académico y profesional**.
- Emprender e innovar.

### Competencias específicas

- Analizar y comprender las **fuerzas del mercado** que influyen en las **actividades comerciales** y de negocio.
- Aplicar los **conocimientos teóricos** y las **herramientas de investigación** de los mercados en la definición de **soluciones de negocio**.
- **Diseñar** y desplegar planes integrales de **marketing**.
- Entender y hacer entender, en una organización, la importancia de adoptar una **orientación hacia el mercado** y la **relación con el cliente**.
- Crear y desarrollar **estrategias de negocio** que impliquen un uso intensivo de las **TIC** en general y de **internet** y los sistemas de **comercio electrónico** en particular.
- Desplegar conocimientos y habilidades en la **dirección estratégica de marketing**.
- Diseñar y desplegar iniciativas de **comunicación de marketing** con una óptica integral.
- Planificar decisiones de **marketing** en la **distribución comercial** y la **gestión de producto** en el canal.
- Diseñar y desplegar **iniciativas de negocio** adaptadas a **mercados globales**.
- Capacidad para planificar **iniciativas de venta** orientadas al cliente y **liderar equipos** de ventas.
- Aprender a valorar críticamente situaciones empresariales y gestionar eficientemente una **empresa u organización**.

### Competencias propias de la UOC

- El uso y aplicación de las **TIC** en el **ámbito académico**
- La comunicación en una lengua extranjera (**inglés**)

## La UOC, la mejor universidad online

## Opciones de acceso

**Tengo estudios universitarios oficiales del Estado español: un grado, un máster universitario, una licenciatura, una diplomatura, una ingeniería o una arquitectura.**

**Tengo estudios universitarios empezados fuera del Estado español (pero sin acabar).**

**Tengo un ciclo formativo de grado superior (CFGS) o una formación profesional de segundo grado (FP2).**

**Tengo la prueba de acceso a la universidad: PAU (o EBAU).**

**Tengo la prueba de acceso a la universidad: mayores de 25 años.**

**Tengo la prueba de acceso a la universidad: mayores de 45 años.**

**Tengo más de 40 años y experiencia laboral en el ámbito de la titulación.**

**Tengo un título universitario de fuera del Estado español.**

**Tengo estudios preuniversitarios cursados fuera del Estado español.**



### Opciones válidas para acceder a estudios de grado oficial

Con esencia 100 % *online*, la UOC es una universidad que no tiene notas de corte para acceder a sus grados universitarios. Puedes consultar tu opción de acceso a la universidad, según de dónde hayas obtenido los requisitos de acceso.



Para más información, solicita el acceso y contacta con tu tutor

# Matrícula y precio

## Precios

| Concepto   | Precio                |
|--|-----------------------|
| Precio por crédito   | <b>20,42</b><br>€/cr* |
| Precio por crédito herramientas y recursos para el aprendizaje | <b>16,58</b><br>€/cr* |
| Precio por crédito de asignaturas convalidadas                 | <b>4,08</b><br>€/cr*  |

\* Precios vigentes en el momento de formalizar la matrícula. Sujetos a revisión anual.

Estos precios están sujetos a los descuentos (familia numerosa, discapacidades...) e incrementos (titulados universitarios en centros públicos, estudiantes con nacionalidad de fuera de la Unión Europea no residentes en España...) estipulados en el Decreto de precios. Para más información, consulta los apartados "Descuentos" y "Recargos".

Rellena el formulario lateral ¿Quieres más información? y nuestros asesores se pondrán en contacto contigo para ofrecerte un presupuesto a medida con los descuentos, las bonificaciones y las facilidades de pago que te correspondan, así como el detalle de tasas y recargos que puedan aplicar a tu caso.

La UOC es una universidad de servicio público que quiere facilitar el acceso y seguimiento de los estudios universitarios al máximo número de personas, por eso **no se requiere un número mínimo de créditos por matrícula**.

\* *Precios públicos. La Generalitat de Cataluña fija los precios públicos de los créditos y otros servicios académicos para las universidades públicas de Cataluña y la UOC. Puedes consultar los precios aprobados para el curso 2024-2025 en el Decreto 113/2024, de 18 de junio.*

\*\* *El concepto de Herramientas y recursos para el aprendizaje corresponde a los contenidos y herramientas tecnológicas necesarias para desarrollar las actividades de aprendizaje que la UOC pone al alcance de sus estudiantes desde las aulas y por medio de la Biblioteca y los entornos virtuales de aprendizaje. Pueden ser creados exprofeso por la UOC o bien externos, de propiedad ajena a la UOC con adquisición previa o gestión de derechos o licencias.*

*Se priorizan los recursos de aprendizaje digitales, pero algunos recursos de proveedores ajenos a la UOC solo están en soporte analógico. En este caso, están sujetos a un IVA del 4 %, asociado al envío, a diferencia de los recursos digitales que están exentos. Si, excepcionalmente, hay que mandar los recursos en soporte físico, no hay costo añadido.*

\*\*\* *El concepto de Servicios de soporte al aprendizaje corresponde al mantenimiento de todos los servicios indispensables para el desarrollo de la docencia, de las infraestructuras físicas y tecnológicas y la atención personalizada que la UOC pone a disposición del estudiante a lo largo del semestre (entorno virtual, pruebas de evaluación, etc.).*

## Precios por matrícula

|  |                       |
|--|-----------------------|
| Gestión de la matrícula y del expediente                               | <b>54,54</b> € *      |
| Servicios de apoyo al aprendizaje                                      | <b>114,97</b> € ***   |
| Seguro escolar obligatorio (menores 28 años residentes Estado español) | <b>1,12</b> € - Anual |

## Proceso de matrícula

Estos son los pasos que debes seguir si quieras empezar unos estudios oficiales en la UOC. Si ya has empezado estudios con nosotros y quieras continuarlos, debes dirigirte al espacio Trámites del Campus Virtual.

## 1 Solicita el acceso

### Solicitud de acceso

La solicitud de acceso es un trámite gratuito y sin compromiso que te proporcionará un nombre de usuario y una contraseña que te permitirán entrar en el Campus Virtual de la UOC, desde donde podrás:

1. Contactar con tutoría, que te asesorarán y orientarán en la elección de asignaturas.
2. Consultar en el espacio *Trámites* del Campus la información relativa a convalidaciones, el detalle de los precios de la matrícula, la solicitud de becas...
3. Formalizar una propuesta de matrícula que tutoría analizará para que con su apoyo puedas matricularte en línea.

### Requisitos de acceso

Antes de solicitar el acceso, comprueba que cumples los requisitos necesarios para el programa al que quieras acceder.

### Formulario de acceso

En el formulario de acceso debes registrar tus datos personales y el nivel de estudios conseguido.

### Documentación de acceso

Encontrarás detallada la documentación que necesitas cuando solicites el acceso y puedes consultar en el espacio *Trámites* del Campus.

Tendrás que mandar esta documentación en el plazo de los diez días siguientes a la formalización de la matrícula.

## 2 Accede al Campus y contacta con tutoría

### Campus virtual

Una vez solicitado el acceso, recibirás un nombre de usuario y una contraseña que te permitirán acceder al Campus Virtual, donde encontrarás toda la información y los recursos que te pueden ser necesarios.

### Tutoría

Una vez en el Campus Virtual, tendrás acceso al apoyo permanente de la tutora o tutor, que te asesorará y orientará en la elección de asignaturas, de acuerdo con tu bagaje académico previo, tus intereses y el tiempo de que dispones.

### Espacio de trámites

El Campus dispone de un espacio de trámites, donde podrás consultar y gestionar todas las cuestiones de carácter académico, como por ejemplo matricularte, consultar las formas de pago y los descuentos disponibles, pedir una beca o convalidar los estudios anteriores.

## 3 Formaliza una propuesta de matrícula

Desde el Campus Virtual podrás hacer una propuesta de matrícula habiendo elegido las asignaturas que quieras cursar durante el semestre. Esta propuesta será analizada por tutoría para que puedas acabar matriculándote con su asesoramiento. Se trata de un paso previo antes de formalizar la matrícula.

## 4 Matricúlate

Una vez tutoría haya validado tu propuesta de matrícula, podrás formalizarla, para lo que tendrás que escoger la forma de pago que prefieras entre las que están disponibles. En caso de que puedas disfrutar de alguno de los descuentos contemplados en el Decreto de precios, deberás presentar la documentación correspondiente siguiendo las indicaciones del Campus Virtual.

Recuerda que, una vez te hayas matriculado, tendrás diez días para hacer llegar la documentación de acceso.

A partir de la formalización de la matrícula, dispones de catorce días para ejercer tu derecho de desistimiento de matrícula.

### ¿Cuándo te puedes matricular?

En la UOC te puedes matricular en dos momentos diferentes del año. Elige la opción que mejor se adapte a tus necesidades. Consulta el plazo de matriculación y el inicio de curso en la página de los estudios que te interesen cursar.



#### Matriculación a partir de abril

Para los grados que inician docencia en el mes de **septiembre**



#### Matriculación a partir de octubre

Para los grados que inician docencia en el mes de **febrero**



**122.750 graduados y graduadas**



**89 % de estudiantes que estudian y trabajan**



**79 % volvería a escoger la UOC**

### Descuentos

## Descuento por matrícula anticipada

Para conseguir que la matriculación se distribuya de forma ordenada y evitar acumulaciones los últimos días antes del inicio de curso —lo que dificulta el proceso de incorporación, la gestión documental y el adecuado asesoramiento individualizado—, las matrículas para un primer semestre efectuadas del 28 de octubre al 11 de diciembre tendrán un descuento en concepto de matrícula anticipada del 20 % sobre los precios de "Recursos para el aprendizaje" y "Servicios de apoyo al aprendizaje". En una primera matrícula semestral estándar, este descuento puede representar hasta un 10 % del precio total de la matrícula.

## Descuentos para colectivos

### Familia numerosa

El estudiantado beneficiario del título de familia numerosa reconocido por el Estado español tiene derecho a los siguientes descuentos, en función de la categoría:

- Familias numerosas de categoría especial: exención total de los precios de los servicios académicos de carácter docente (créditos de la matrícula) y de la gestión del expediente del precio fijado por el Decreto de precios de la Generalitat de Cataluña.
- Familias numerosas de categoría general: bonificación del 50 % de los servicios académicos de carácter docente (créditos de la matrícula) y de la gestión del expediente del precio fijado por el Decreto de precios de la Generalitat de Cataluña.

El estudiantado beneficiario del título de familia numerosa reconocido por el resto de países tiene derecho a los siguientes descuentos, en función de la categoría:

- Familias numerosas de categoría especial: descuento del 15 % sobre los precios de los recursos para el aprendizaje y los servicios de apoyo al aprendizaje.
- Familias numerosas de categoría general: descuento del 7,5 % sobre los precios de los recursos para el aprendizaje y los servicios de apoyo al aprendizaje.

### Personas con discapacidad

El estudiantado con un grado de discapacidad igual o superior al 33 % reconocido por el Estado español tiene derecho a la exención total de los precios de los servicios académicos de carácter docente (créditos de la matrícula) y de la gestión del expediente del precio fijado por el Decreto de precios de la Generalitat de Cataluña.

El estudiantado con un grado de discapacidad equivalente reconocido por el organismo competente de cualquier otro país tiene derecho a un descuento del 15 % sobre los precios de los recursos para el aprendizaje y los servicios de apoyo al aprendizaje.

En caso de que la discapacidad sea reconocida de forma retroactiva, puedes presentar la documentación en el plazo máximo de 15 días naturales desde el momento en el que se reconozca oficialmente.

Igualmente, según el [Decreto 822/2022](#), del 28 de septiembre, el estudiantado que acredite una discapacidad igual o superior al 33 % tiene una reserva de un 5 % de las plazas de grado y máster universitario. Si es vuestro caso y os queréis matricular de un **programa con plazas limitadas** que ya se han agotado y no tiene proceso de admisión, podéis hacernos la consulta a través de [este formulario](#).

## Víctimas de actos terroristas

El estudiantado (o sus hijos, hijas o cónyuges) con reconocimiento como víctimas de actos terroristas por el organismo competente en el Estado español tiene derecho a la exención total de los precios de los servicios académicos de carácter docente (créditos de la matrícula) y de la gestión del expediente del precio fijado por el Decreto de precios de la Generalitat de Cataluña.

El estudiantado (o sus hijos, hijas o cónyuges) con reconocimiento como víctimas de actos terroristas por el organismo competente en cualquier otro país tiene derecho a un descuento del 15 % sobre los precios de los recursos para el aprendizaje y los servicios de apoyo al aprendizaje.

## Víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja

El estudiantado (y sus hijos o hijas dependientes) con reconocimiento como víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja por el organismo competente en el Estado español tiene derecho a la exención total de los precios de los servicios académicos de carácter docente (créditos de la matrícula) y de la gestión del expediente del precio fijado por el Decreto de precios de la Generalitat de Cataluña.

El estudiantado (y sus hijos o hijas dependientes) con reconocimiento como víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja por el organismo competente en cualquier otro país tiene derecho a un descuento del 15 % sobre los precios de los recursos para el aprendizaje y los servicios de apoyo al aprendizaje.

## Víctimas de violencia machista fuera del ámbito de la pareja

El estudiantado de grado, máster universitario o doctorado víctimas de violencia machista fuera del ámbito de la pareja puede disfrutar de una exención del pago del precio de los servicios académicos de carácter docente (los créditos de matrícula) y de la tasa de gestión del expediente y la matrícula durante el curso 2023-2024.

Solo puedes optar a esta exención si resides o trabajas en Cataluña.

## Beneficiarios de la prestación del ingreso mínimo vital

Los estudiantes beneficiarios del ingreso mínimo vital quedan exentos del pago del precio de los servicios académicos de carácter docente (créditos de matrícula) y de la tasa de gestión del expediente y la matrícula.

## Asignaturas convalidadas

El estudiantado que haya obtenido la convalidación, la adaptación o el reconocimiento de créditos por razón de estudios o actividades llevadas a cabo en cualquier centro universitario tiene un descuento del 80 % del precio de crédito.

## Matrícula de honor o premio extraordinario en el bachillerato o Ciclo Formativo de Grado Superior

El estudiantado con matrícula de honor o premio extraordinario en el bachillerato o Ciclo Formativo de Grado Superior que se matricule para cursar enseñanzas universitarias oficiales en centros docentes sostenidos con fondos públicos tiene derecho a la exención total del precio de los servicios académicos de carácter docente durante su primer año académico. El descuento por matrícula de honor o premio extraordinario en el bachillerato solo puede pedirse la primera vez que los estudiantes se matriculen de unos estudios universitarios.

## Comunidad UOC Alumni

El estudiantado que forme parte de la comunidad Alumni tiene derecho a un descuento sobre los servicios de apoyo al aprendizaje y los recursos para el aprendizaje.

Este descuento no es compatible con los destinados a empresas. Benefíciate del que te sea más provechoso.

- **UOC Alumni: 10 % de descuento**

Puedes disfrutar de este descuento si has obtenido un título oficial (de grado, licenciatura, diplomatura, ingeniería o máster universitario) o un máster o posgrado propio en la UOC.

Si puedes acogerte a este descuento, en el momento de hacer la matrícula debes indicar un código en el apartado «Condiciones». Puedes encontrar los códigos de descuento en la web de Alumni.

Si, además de poder optar a este descuento, te matriculas durante el periodo de matrícula anticipada, en primer lugar, se aplicará el descuento de matrícula anticipada, y sobre el importe resultante, el otro descuento.

## Descuentos para empresas

La UOC ofrece descuentos a las empresas que participan y apoyan la formación de sus profesionales, previo acuerdo con la UOC.

Profesionales con vínculos a toda empresa o institución que mantenga un acuerdo de colaboración con la UOC pueden beneficiarse de ventajas y descuentos en el coste de las matrículas de los programas formativos del catálogo de la UOC.

Estos descuentos no son compatibles con los destinados a UOC Alumni. Benefíciate del que te sea más provechoso.

+ [Consulta las condiciones de los descuentos para empresas](#)

## Programa UOC de acompañamiento al deportista de competición

Los estudiantes considerados deportistas de competición, tienen derecho a un descuento sobre el importe de la matrícula.

+ [Consulta la información del programa](#)

## Becas

Estas becas están dirigidas a personas que quieran cursar titulaciones oficiales. De esta forma, se garantiza la igualdad de oportunidades para acceder a estudios superiores.

Existe una amplia oferta de becas para los estudiantes de la UOC. Su finalidad es poner al alcance de todo el mundo un gran futuro profesional.

- **Becas del Ministerio de Educación del Estado Español:** para estudiantes de nacionalidad española que cursen titulaciones oficiales.

#### Consulta las becas disponibles

### Incrementos

### Incremento por segundas matrículas y siguientes

El estudiantado que no supere una asignatura y se matriculan por segunda vez tiene un incremento en el precio del crédito. Este incremento es el resultado de multiplicar por 1,2 el precio del crédito público.

En el caso de matricularse por tercera vez en una asignatura, hay que multiplicar el precio del crédito por 2,6. A partir de la cuarta matrícula, el precio de crédito se multiplica por 3,6.

Este recargo no aplica a las matrículas del grado de Traducción, interpretación y lenguas aplicadas (UOC-UVic).

### Incremento para estudiantado con nacionalidad de fuera de la Unión Europea

El estudiantado de nacionalidad de fuera de la Unión Europea, países con régimen comunitario o fuera de Andorra, que no tenga concedida la residencia en el Estado español, tendrá un incremento del 45 % en el precio final de la matrícula.

### Formas de pago

## Formas de pago exclusivas para residentes en el Estado español

### Pago fraccionado UOC

La UOC pone a vuestra disposición la posibilidad de fraccionar en cuotas el pago de vuestra matrícula. Con esta opción, se abona una cuota inicial del importe total de la matrícula mediante tarjeta en línea, y el resto se cobra por **domiciliación bancaria** (residentes en el Estado español) o **domiciliación en tarjeta** (residentes fuera del territorio español) en cinco cuotas como máximo en función de la fecha de matriculación.

**Para los nuevos estudiantes de grados y másters, la primera cuota será del 10 % del importe.**

Esta forma de pago tiene un **importe por gestión de 31 euros** y solo es válida para **matrículas superiores a 350 euros**.

Fechas aproximadas del pago de las cuotas, en función de la fecha de matrícula. Consulta la tabla de fraccionamientos.

#### Primer Semestre

| 1er pago  | 1a semana de septiembre | 1a semana de octubre | 1a semana de noviembre | 1a semana de diciembre |
|---|-------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| Con tarjeta en el momento de hacer la matrícula | 2a cuota                | 3a cuota             | 4a cuota               | 5a cuota               |

Las fechas de pago son aproximadas. El número de cuotas está determinado por la fecha de matriculación: a medida que avanza el periodo de matrícula, el número de cuotas disminuye.

#### Segundo semestre

| 1er pago  | 1a semana de febrero | 1a semana de marzo | 1a semana de abril | 1a semana de mayo |
|---|----------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Con tarjeta en el momento de hacer la matrícula | 2a cuota             | 3a cuota           | 4a cuota           | 5a cuota          |

Las fechas de pago son aproximadas. El número de cuotas está determinado por la fecha de matriculación: a medida que avanza el periodo de matrícula, el número de cuotas disminuye.

## **Pago en línea con tarjeta de crédito o de débito**

Pago con una tarjeta de crédito o de débito de cualquier entidad financiera mediante el TPVV (terminal de punto de venta virtual), al que accederéis directamente desde el Campus en el momento en el que os matriculéis.

## **Pago fraccionado con el préstamo de interés cero Caixabank (solo disponible para estudiantado de nacionalidad española o de otro país miembro de la Unión Europea)**

Los clientes de Caixabank tenéis la posibilidad de fraccionar en cuotas el pago de la matrícula (entre tres y siete cuotas según la formalización). Durante el proceso de matriculación se enlazará con el servicio de Línea Abierta y se contratará un préstamo de coste cero (comisión por apertura 0 %, comisión de estudio 0 %, comisión de amortización 0 % y tipo de interés 0 %).

Esta forma de pago únicamente está disponible si:

- Sois clientes de Caixabank i tenéis activado el servicio de Línea Abierta.
- Tenéis más de dieciocho años, nacionalidad española y/o de otro país miembro de la UE y residís en el Estado español.
- El importe de cada cuota supera los 30 euros.

## **Pago fraccionado - AGAUR**

La Agencia de Gestión de Ayudas Universitarias y de Investigación (AGAUR) ofrece un programa de ayudas en formato de crédito para el pago fraccionado por mensualidades de la matrícula universitaria.

Podéis consultar las condiciones y los plazos para este curso en el [web de la AGAUR](#).

\* Opción disponible para segundas matrículas y posteriores.

## **Formas de pago exclusivas para residentes en el extranjero**

## Pago fraccionado UOC

La UOC pone a vuestra disposición la posibilidad de fraccionar en cuotas el pago de vuestra matrícula. Con esta opción, se abona una cuota inicial del importe total de la matrícula mediante tarjeta en línea, y el resto se cobra por **domiciliación bancaria** (en caso de tener cuenta bancaria SEPA) o **domiciliación en tarjeta** (en caso de no tener cuenta bancaria SEPA) en cinco cuotas como máximo en función de la fecha de matriculación. Consulta [aquí](#) si tu entidad bancaria dispone de cuenta SEPA.

Esta forma de pago tiene un **importe por gestión de 31 euros** y solo es válida para **matrículas superiores a 350 euros**.

**Para los nuevos estudiantes de grados y másters, la primera cuota será del 10 % del importe.**

Fechas aproximadas del pago de las cuotas, en función de la fecha de matrícula. Consulta la tabla de fraccionamientos.

### Primer Semestre

| 1r pago   | 1a semana de septiembre | 1a semana de octubre | 1a semana de noviembre | 1a semana de diciembre |
|---|-------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| Con tarjeta en el momento de hacer la matrícula | 2a cuota                | 3a cuota             | 4a cuota               | 5a cuota               |

Las fechas de pago son aproximadas. El número de cuotas está determinado por la fecha de matriculación: a medida que avanza el periodo de matrícula, el número de cuotas disminuye.

### Segundo semestre

| 1r pago   | 1a semana de febrero | 1a semana de marzo | 1a semana de abril | 1a semana de mayo |
|---|----------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Con tarjeta en el momento de hacer la matrícula | 2a cuota             | 3a cuota           | 4a cuota           | 5a cuota          |

Las fechas de pago son aproximadas. El número de cuotas está determinado por la fecha de matriculación: a medida que avanza el periodo de matrícula, el número de cuotas disminuye.

Para los residentes en Colombia interesados en esta forma de pago y que no disponéis de una tarjeta de crédito, os informamos de que la entidad Bancolombia ofrece la [Tarjeta Virtual e-Prepago](#). Para solicitarla, es necesario disponer de una cuenta de ahorros o corriente en esta entidad.

## Pago en línea con tarjeta de crédito o de débito

Pago con una tarjeta de crédito o de débito de cualquier entidad financiera mediante el TPVV (terminal de punto de venta virtual), al que accederéis directamente desde el Campus en el momento en el que os matriculéis.

## Pago por transferencia (solo disponible para estudiantado residente en el extranjero)

El estudiantado residente fuera del Estado español puede hacer una transferencia del importe total de la matrícula en euros. Los datos para hacer efectivo el pago de la matrícula son:

**Si hacéis la docencia en catalán:**

- Banco: Caixabank
- Dirección: Avda. Diagonal, 647 08028 Barcelona España
- Swift: CAIX ES BB
- IBAN: ES02-2100-3648-98-2200022920

**Si hacéis la docencia en español:**

- Bank: BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO
- Adress: Passeig de Gràcia, 5 08007 BARCELONA - SPAIN
- Swift: BSCHESMMXXX
- IBAN: ES98-0049-1806-9726-1188-9588

Una vez hecho el pago, se tendrá que enviar el comprobante.

# UOC

---

Consulta la oferta formativa de la UOC [uoc.edu/es/estudios](http://uoc.edu/es/estudios)

---

