

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

9924 *Resolución de 17 de mayo de 2011, de la Universidad Francisco de Vitoria, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo el informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por el Consejo de Ministros de 11 de febrero de 2011 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 16 de marzo de 2011 por Resolución del Secretario General de Universidades de 25 de febrero de 2011), este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing.

Pozuelo de Alarcón, 17 de mayo de 2011.–El Rector, Daniel Sada Castaño.

Graduado en Marketing

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Tipo de materia	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	144
Optativas	18
Prácticas externas	12
Trabajo fin de Grado.	6
Total	240

A continuación adjuntamos el esquema de la estructura del plan de estudios, en el cual se detalla la planificación temporal de módulos, materias y asignaturas (hay que tener en cuenta que 1.º y 2.º semestre equivalen al primer curso; 3.º y 4.º semestre equivalen al segundo curso; 5.º y 6.º semestre equivalen al tercer curso; 7.º y 8.º semestre equivalen al cuarto curso):

Créditos de formación básica. Distribución por materias

Rama de conocimiento del Real Decreto 1393/2007	Materia de formación básica, anexo II Real Decreto 1393/2007	Asignatura del grado en Marketing	ECTS	Curso (semestre)
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	Comunicación: Habilidades y Competencias de Liderazgo.	6	1.º (2.º semestre).
	Sociología.	Sociología del Consumo.	6	2.º (3.º semestre).
	Empresa.	Introducción a la Estadística para la Toma de Decisiones en Marketing.	6	1.º (2.º semestre).
		Microeconomía para Empresarios.	6	1.º (1.º semestre).
		Macroeconomía para Empresarios.	6	2.º (4.º semestre).
	Historia.	Historia del Pensamiento.	6	1.º (2.º semestre).
		Historia de Occidente.	6	2.º (4.º semestre).
	Antropología.	Filosofía Aplicada.	6	1.º (1.º semestre).
		Antropología Fundamental.	6	2.º (3.º semestre).
		Educación para la Responsabilidad Social.	6	2.º (4.º semestre).
Total créditos.			60	

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter de ASIG.	CRD	SEM
Organización y Gestión Empresarial.	Comunicación.	Comunicación: Habilidades y Competencias de Liderazgo.	FB	6	2 SEM
	Contabilidad y Finanzas.	Contabilidad Financiera.	OB	6	2 SEM
		Contabilidad de Costes.	OB	6	4 SEM
		Dirección Financiera.	OB	6	6 SEM
	Organización de la Empresa y Dirección de Personas.	Organización y Administración de Empresas.	OB	6	1 SEM
		Deontología Profesional.	OB	6	8 SEM

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter de ASIG.	CRD	SEM
Marketing y Comercial.	Inteligencia del Marketing.	Investigación Comercial.	OB	6	2 SEM
		Investigación de Mercados y Estimación de la Demanda.	OB	6	3 SEM
	Sociología.	Sociología del Consumo.	FB	6	3 SEM
	Marketing Operativo.	Política de Producto y Marca.	OB	6	3 SEM
		Estrategias de Comunicación integral.	OB	6	5 SEM
		Estrategias de Distribución y Precios.	OB	6	5 SEM
		Diseño de planes de medios.	OB	6	7 SEM
	Marketing Estratégico.	Fundamentos del Marketing.	OB	6	1 SEM
		Gestión de la Innovación en marketing.	OB	6	3 SEM
		Marketing de Relaciones.	OB	6	5 SEM
		Gestión de la Calidad Total como Ventaja Competitiva en Marketing.	OB	6	6 SEM
		Modelos Informáticos aplicados al Marketing.	OB	6	7 SEM
		Plan de Marketing.	OB	6	8 SEM
	Dirección Comercial y de Ventas.	Logística Comercial.	OB	6	5 SEM
Dirección Comercial y de Ventas.		OB	6	5 SEM	
Herramientas de Gestión Empresarial y Desarrollo Humano.	Empresa.	Introducción a la Estadística para la Toma de Decisiones en Marketing.	FB	6	2 SEM
		Matemáticas Aplicadas a la Empresa.	OB	6	1 SEM
		Microeconomía para Empresarios.	FB	6	1 SEM
		Macroeconomía para Empresarios.	FB	6	4 SEM
		Idioma Moderno.	OB	6	4 SEM
		Idioma Avanzado.	OB	6	7 SEM
	Historia.	Historia del Pensamiento.	FB	6	2 SEM
		Historia de Occidente.	FB	6	4 SEM
	Derecho.	Optativas.			
	Antropología.	Filosofía Aplicada.	FB	6	1 SEM
		Antropología Fundamental.	FB	6	3 SEM
		Educación para la Responsabilidad Social.	FB	6	4 SEM
		Ética.	OB	6	6 SEM
		Introducción a la Teología.	OB	6	7 SEM
Maduración y Aplicación a la Práctica de los Conocimientos Adquiridos.	Prácticas externas.	Prácticas en Empresas.	Prácticas externas	12	8 SEM
	Trabajo fin de grado.	Trabajo fin de grado.	Trabajo fin de grado	6	8 SEM

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter de ASIG.	CRD	SEM
	Optativas.	Optativa I.	OP	3	6 SEM
		Optativa II.	OP	3	6 SEM
		Optativa III.	OP	3	6 SEM
		Optativa IV.	OP	3	6 SEM
		Optativa V.	OP	3	7 SEM
		Optativa VI.	OP	3	8 SEM
Total ECTS.				240	

Relación de asignaturas optativas

Módulo	Materia	Asignatura
Marketing y Comercial.	Marketing Operativo.	Internet como Nuevo Escenario de Relación.
		Comunicación «Below the Line» (BtL).
	Marketing Estratégico.	Estrategias de Expansión Internacional.
		Marketing Industrial.
		Marketing de Servicios.
		Marketing Financiero y Bancario.
		Marketing Inmobiliario.
	Dirección Comercial y de Ventas.	Marketing Turístico.
		Técnicas de Ventas.
		Trade Marketing.
		Políticas Retributivas a Vendedores.
Herramientas de gestión empresarial y desarrollo humano.	Antropología.	Literatura, Grandes Libros.
	Derecho.	Derecho Empresarial.
		Sistema Fiscal.
	Empresa.	Sistemas de Información.
		Fundamentos de Econometría Aplicados al Marketing.
		Actividades Formativas Complementarias I.
		Actividades Formativas Complementarias II.