

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

11813 *Resolución de 30 de julio de 2018, de la Universidad Católica San Antonio, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing y Dirección Comercial.*

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, con fecha 18 de septiembre de 2017, de conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), y autorizada su implantación por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, según Decreto 229/2017, de 27 de septiembre («BORM» n.º 225, de 28 de septiembre de 2017), figurando inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), por resolución de fecha 24 de enero de 2018 («BOE» n.º 32, de 5 de febrero de 2018), y para cumplir con lo previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades,

Este Rectorado resuelve publicar el plan de estudios conducente a la obtención del Título de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Católica San Antonio, que se recoge en el Anexo de esta Resolución.

Murcia, 30 de julio de 2018.–La Rectora, Josefina García Lozano.

ANEXO

Denominación del Título: Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial.
Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Resumen del Plan de Estudios y distribución de créditos

Tipo de materias	Créditos
Formación Básica (FB)	60
Obligatorias (OB)	144
Optativas (OP)	24
Prácticas Tuteladas (PT)	6
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
Total	240

Plan de Estudios por módulos y materias

Módulo I: Contabilidad y Finanzas (18 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Contabilidad y Finanzas.	6	FB	Semestral.
	6	OB	Semestral.
	6	FB	Semestral.

Módulo II: Economía (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Economía Aplicada.	6	FB	Semestral.
Teoría Económica.	3	OB	Semestral.
	3	OB	Semestral.

Módulo III: Formación Integral (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Ética.	3	OB	Semestral.
Teología.	3	OB	Semestral.
	3	OB	Semestral.
Humanidades.	3	OB	Semestral.

Módulo IV: Organización de Empresas (12 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Economía de la Empresa.	6	FB	Semestral.
	6	FB	Semestral.

Módulo V: Internacionalización (9 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Internacionalización.	6	OB	Semestral.
	3	OB	Semestral.

Módulo VI: Métodos Cuantitativos (24 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Métodos Cuantitativos.	6	FB	Semestral.
	6	FB	Semestral.
	6	OB	Semestral.
	6	OB	Semestral.

Módulo VII: Comercialización e Investigación de Mercados (111 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Dirección Comercial.	FB	6	Semestral.
	OB	6	Semestral.
Dirección de Marketing.	BS	6	Semestral.
	OB	6	Semestral.
	OB	3	Semestral.
	OB	3	Semestral.
	OB	3	Semestral.
	OB	6	Semestral.
Investigación Comercial.	OB	6	Semestral.
	OB	6	Semestral.
	OB	6	Semestral.
Marketing y TIC.	OB	6	Semestral.
	OB	6	Semestral.
	OB	3	Semestral.
	OB	3	Semestral.
	OB	6	Semestral.

Módulo VIII: Entorno Jurídico (6 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Entorno Jurídico.	6	FB	Semestral.

Módulo IX: Prácticas Externas (6 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
Prácticas Externas.	6	PE	Semestral.

Módulo X: Trabajo Fin de Grado (6 ECTS)

Materias	ECTS	Carácter	Unidad Temporal
TFG.	6	TFG	Semestral.

Módulo XI: Optativas (48 ECTS)

Configurado íntegramente por materias optativas. Se detallan en tabla separada más adelante.

Asignaturas optativas*:

Se ofertan un total de 48 ECTS en materias optativas, de los que el alumno deberá cursar 24 ECTS.

Asignatura	Créd.	Unidad Temporal
Dirección Financiera Internacional	6	Semestral.
Contratación internacional	6	Semestral.
Transporte y logística internacional	6	Semestral.
Medios de pago internacionales.	6	Semestral.
Derecho de la publicidad y el marketing digital	6	Semestral.
Marketing en buscadores	6	Semestral.
Métrica digital	6	Semestral.
Multimedia y diseño gráfico	6	Semestral.

Menciones**:

Mención	Asignaturas Obligatorias	Créd.	Carácter	Unidad Temporal
Mención en Comercio Internacional (30 Ects).	Dirección Financiera Internacional.	6	OP	Semestral.
	Contratación internacional.	6	OP	Semestral.
	Transporte y logística internacional.	6	OP	Semestral.
	Medios de pago internacionales.	6	OP	Semestral.
Mención en Marketing Digital (30 Ects).	Derecho de la publicidad y el marketing digital.	6	OP	Semestral.
	Marketing en buscadores.	6	OP	Semestral.
	Métrica digital.	6	OP	Semestral.
	Multimedia y diseño gráfico.	6	OP	Semestral.

(*) Conforme a lo establecido en el artículo 12 del R.D. 1393/2007, en su redacción dada por el R.D. 861/2010, se podrá obtener el reconocimiento de al menos 6 créditos por actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, a cuenta de la optatividad.

(**) Conforme a la Memoria verificada, los alumnos que quieran obtener una mención, además deberán realizar el TFG y las prácticas externas en el ámbito de dicha mención. No obstante, las menciones no son obligatorias, por lo que el estudiante no está obligado a obtener una de las menciones ofrecidas; puede cursar asignaturas del módulo Optativas libremente elegidas hasta sumar los 24 créditos exigidos en este módulo.