

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

- 1529** *Resolución de 14 de enero de 2020, de la Universidad Francisco de Vitoria, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado en Marketing.*

Una vez recibido informe favorable de la Fundación para el Conocimiento Madrid+d a la modificación del plan de estudios ya verificado, por no afectar ésta a la naturaleza ni a los objetivos del título inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos, este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 26 y 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing.

Pozuelo de Alarcón, 14 de enero de 2020.–El Rector, Daniel Sada Castaño.

#### **MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO EN MARKETING**

##### **Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas**

<b>Carácter de asignatura</b>	<b>ECTS</b>
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 SEM y 2 SEM equivalen al primer curso; 3 SEM y 4 SEM equivalen al segundo curso; 5 SEM y 6 SEM equivalen al tercer curso; 7 SEM y 8 SEM equivalen al cuarto curso):

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter asignatura	ECTS	SEM
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO.	ANTROPOLOGÍA.	Antropología Fundamental.	FB	6	3 SEM
		Educación para la Responsabilidad Social.	FB	6	4 SEM
		Ética.	OB	6	6 SEM
		Filosofía Aplicada.	FB	6	1 SEM
		Introducción a la Teología.	OB	6	7 SEM
	EMPRESA.	Idioma Avanzado.	OB	6	7 SEM
		Idioma Moderno.	OB	6	4 SEM
		Innovación y Transformación Digital.	FB	6	4 SEM
		Introducción a la Estadística para la Toma de Decisiones en Marketing.	FB	6	2 SEM
		Macroeconomía para Empresarios.	FB	6	4 SEM
		Matemáticas Aplicadas a la Empresa.	OB	6	1 SEM
		Microeconomía para Empresarios.	FB	6	1 SEM
	HISTORIA.	Historia del Pensamiento en Occidente.	FB	6	2 SEM
MARKETING Y COMERCIAL.	DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS.	Dirección Comercial y de Ventas.	OB	6	5 SEM
		Logística Comercial.	OB	6	5 SEM
	INTELIGENCIA DEL MARKETING.	Investigación Comercial.	OB	6	2 SEM
		Investigación de Mercados y Estimación de la Demanda.	OB	6	3 SEM
	MARKETING ESTRATÉGICO.	Fundamentos del Marketing.	OB	6	1 SEM
		Gestión de la Calidad Total como Ventaja Competitiva en Marketing.	OB	6	6 SEM
		Gestión de la Innovación en Marketing.	OB	6	3 SEM
		Marketing de Relaciones.	OB	6	5 SEM
		Modelos Informáticos Aplicados al Marketing.	OB	6	7 SEM
		Plan de Marketing.	OB	6	7 SEM
	MARKETING OPERATIVO.	Diseño de Planes de Medios.	OB	6	8 SEM
		Estrategias de Comunicación Integral.	OB	6	5 SEM
		Estrategias de Distribución y Precios.	OB	6	5 SEM
		Política de Producto y Marca.	OB	6	3 SEM
	SOCIOLOGÍA.	Sociología del Consumo.	FB	6	3 SEM

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter asignatura	ECTS	SEM
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL.	COMUNICACIÓN.	Comunicación: Habilidades y Competencias de Liderazgo.	FB	6	2 SEM
	CONTABILIDAD Y FINANZAS.	Contabilidad de Costes.	OB	6	4 SEM
		Contabilidad Financiera.	OB	6	2 SEM
		Dirección Financiera.	OB	6	6 SEM
	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA Y DIRECCIÓN DE PERSONAS.	Deontología Profesional.	OB	6	8 SEM
		Organización y Administración de Empresas.	OB	6	1 SEM
MADURACIÓN Y APLICACIÓN A LA PRÁCTICA DE LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS.	PRÁCTICAS EXTERNAS.	Prácticas en Empresas.	PEXT	12	8 SEM
	TRABAJO FIN DE GRADO.	Trabajo Fin de Grado.	TFG	6	8 SEM
		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 DEL GRADO.		240	

### Relación de asignaturas optativas

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter asignatura	ECTS	SEM
MARKETING Y COMERCIAL.	MARKETING OPERATIVO.	Internet como Nuevo Escenario de Relación.	OP	3	6 SEM
	MARKETING ESTRATÉGICO.	Marketing Industrial.	OP	3	6 SEM
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO.	DERECHO	Derecho Empresarial.	OP	3	6 SEM
MARKETING Y COMERCIAL.	MARKETING OPERATIVO.	Comunicación «Below the Line» (BtL).	OP	3	6 SEM
		Marketing de Servicios.	OP	3	6 SEM
	MARKETING ESTRATÉGICO.	Marketing Financiero y Bancario.	OP	3	6 SEM
		Marketing Inmobiliario.	OP	3	6 SEM
		Marketing Turístico.	OP	3	6 SEM
	DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS.	Técnicas de Ventas.	OP	3	6 SEM
		Trade Marketing.	OP	3	6 SEM
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO.	EMPRESA.	Sistemas de Información.	OP	3	6 SEM
		Fundamentos de Econometría Aplicados al Marketing.	OP	3	6 SEM

Módulo	Materia	Asignatura	Carácter asignatura	ECTS	SEM
MARKETING Y COMERCIAL.	MARKETING ESTRATÉGICO.	Estrategias de Expansión Internacional.	OP	3	7 SEM
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO.	DERECHO.	Sistema Fiscal.	OP	3	7 SEM
	EMPRESA.	Actividades Formativas Complementarias I.	OP	3	7 SEM
MARKETING Y COMERCIAL.	DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS.	Políticas Retributivas a Vendedores.	OP	3	8 SEM
HERRAMIENTAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO.	ANTROPOLOGÍA.	Literatura y Grandes Libros.	OP	3	8 SEM
	EMPRESA.	Actividades Formativas Complementarias II.	OP	3	8 SEM

### ECTS de formación básica por rama de conocimiento

Rama de conocimiento	Materia	Asignatura	ECTS	Semestre
Ciencias Sociales y Jurídicas.	COMUNICACIÓN.	Comunicación: Habilidades y Competencias de Liderazgo.	6	2 SEM
	ANTROPOLOGÍA.	Antropología Fundamental.	6	3 SEM
		Educación para la Responsabilidad Social.	6	4 SEM
		Filosofía Aplicada.	6	1 SEM
	EMPRESA.	Innovación y Transformación Digital.	6	4 SEM
		Introducción a la Estadística para la Toma de Decisiones en Marketing.	6	2 SEM
		Macroeconomía para Empresarios.	6	4 SEM
		Microeconomía para Empresarios.	6	1 SEM
	HISTORIA.	Historia del Pensamiento en Occidente.	6	2 SEM
	SOCIOLOGÍA.	Sociología del Consumo.	6	3 SEM