

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

19258 *Resolución de 17 de noviembre de 2009, de la Universidad Rey Juan Carlos, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing.*

De conformidad con lo que disponen el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades, la disposición adicional sexta del Real Decreto 1393/2007, de 30 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales y el apartado segundo del Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de agosto de 2008 por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de grado de la Universidad Rey Juan Carlos, y una vez aprobada la verificación positiva de la propuesta de título de Grado en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios (5.1 Estructura de las Enseñanzas) del Grado en Marketing como anexo a la presente Resolución.

Móstoles, 17 de noviembre de 2009.–El Rector, Pedro González Trevijano Sánchez.

ANEXO

5.1 Estructura de las Enseñanzas.

Tabla 1.1 Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	126
Optativas	18
Prácticas externas	24
Reconocimiento de créditos	6
Trabajo fin de titulación	6
Créditos totales	240

Estructura de la enseñanza por módulos y materias

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS
Módulo de Conocimientos Básicos Comunes.	Idioma.	Idioma moderno.	6
	Historia.	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales.	6
	Informática.	Informática Aplicada al Marketing.	6
	Comunicación.	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo.	6
Módulo de Conocimientos Básicos de Rama.	Derecho.	Derecho Civil.	6
	Empresa.	Introducción a la Empresa.	6
	Historia.	Historia Económica y del Marketing.	6
	Comunicación.	Marketing y Técnicas de Comunicación.	6
	Sociología.	Sociología de la Empresa.	6
	Economía.	Economía I: Microeconomía.	6

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS
Módulo de Conocimientos Obligatorios.	Estadística y Matemáticas.	Matemáticas Empresariales.	6
	Estadística y Matemáticas.	Estadística Empresarial Aplicada al Marketing.	6
	Marketing.	Introducción al Marketing.	6
	Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing I.	4,5
	Derecho.	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado.	4,5
	Marketing.	Marketing Estratégico.	4,5
	Psicología.	Psicología Aplicada al Marketing.	4,5
	Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing II.	4,5
	Derecho.	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.	4,5
	Economía.	Economía II: Macroeconomía.	6
	Estadística y Matemáticas.	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing.	4,5
	Marketing.	Comportamiento del Consumidor.	4,5
	Marketing.	Política de Comunicación.	6
	Marketing.	Política de Producto.	6
	Marketing.	Investigación de Mercados I.	4,5
	Marketing.	Dirección de Ventas.	4,5
	Marketing.	Marketing y Gestión de Calidad.	4,5
	Marketing.	Marketing Interno.	4,5
	Marketing.	Política de Distribución.	6
	Marketing.	Política de Precios y Costes.	6
	Marketing.	Investigación de Mercados II.	4,5
	Marketing.	Técnicas de Negociación Comercial.	4,5
	Marketing.	Marketing Relacional, Directo e Interactivo.	4,5
Marketing.	Marketing y Sistemas de Información Aplicados.	4,5	
Marketing.	Plan de Marketing.	6	
Módulo de Conocimientos Optativos (Elegir 4 Asignaturas).	Marketing.	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior.	4,5
	Marketing.	Marketing Industrial y de Servicios.	4,5
	Marketing.	Marketing Político.	4,5
	Marketing.	Marketing Sectorial.	4,5
	Marketing.	Marketing y Dirección de Comunicación.	4,5
	Empresa.	Dirección Estratégica.	4,5
	Empresa.	Dirección de Recursos Humanos (Área Comercial).	4,5
	Empresa.	Dirección de Producción.	4,5
	Derecho.	Derecho Económico Internacional.	4,5
	Derecho.	Legislación Electoral, Comunicación y Estado de Derecho.	4,5
	Economía.	Análisis Económico Internacional.	4,5
	Economía.	Análisis y Previsión de Ventas.	4,5
Módulo de Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	Prácticas externas.	24
Módulo de Reconocimiento Académico de Créditos.	Reconocimiento académico de créditos.	(*).	6
Módulo de Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo fin de grado.	6

(*) La Universidad establecerá los mecanismos oportunos para garantizar a los alumnos el reconocimiento académico de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, según lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007 en su artículo 12.8.

Itinerario formativo de la enseñanza

Curso 1.º

Materia	Asignatura	Carácter	Créditos
Comunicación.	Marketing y Técnicas de Comunicación.	FB	6
Empresa.	Introducción a la Empresa.	FB	6
Estadística y Matemáticas.	Matemáticas Empresariales.	OB	6
Historia.	Historia Económica y del Marketing.	FB	6
Idioma.	Idioma moderno.	FB	6
Derecho.	Derecho Civil.	FB	6
Estadística y Matemáticas.	Estadística Aplicada al Marketing.	OB	6
Historia.	Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales.	FB	6
Informática.	Informática Aplicada al Marketing.	FB	6
Marketing.	Introducción al Marketing.	OB	6

Total de créditos a cursar: 60.

Curso 2.º

Materia	Asignatura	Carácter	Créditos
Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing I.	OB	4,5
Derecho.	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado.	OB	4,5
Economía.	Economía I: Microeconomía.	FB	6
Marketing.	Marketing Estratégico.	OB	4,5
Psicología.	Psicología Aplicada al Marketing.	OB	4,5
Sociología.	Sociología de la Empresa.	FB	6
Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing II.	OB	4,5
Derecho.	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social.	OB	4,5
Economía.	Economía II: Macroeconomía.	OB	6
Estadística y Matemáticas.	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing.	OB	4,5
Marketing.	Comportamiento del Consumidor.	OB	4,5
Principios Jurídicos Básicos: Deontología Profesional e Igualdad.	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo.	FB	6

Total de créditos a cursar: 60.

Curso 3.º

Materia	Asignatura	Carácter	Créditos
Marketing.	Política de Comunicación.	OB	6
Marketing.	Política de Producto.	OB	6
Marketing.	Investigación de Mercados I.	OB	4,5
Marketing.	Dirección de Ventas.	OB	4,5
Marketing.	Marketing y Gestión de Calidad.	OB	4,5
Marketing.	Marketing Interno.	OB	4,5
Marketing.	Política de Distribución.	OB	6
Marketing.	Política de Precios y Costes.	OB	6
Marketing.	Investigación de Mercados II.	OB	4,5
Marketing.	Técnicas de Negociación Comercial.	OB	4,5
Marketing.	Marketing Relacional, Directo e Interactivo.	OB	4,5
Marketing.	Marketing y Sistemas de Información Aplicados.	OB	4,5

Total de créditos a cursar: 60.

Curso 4.º

Materia	Asignatura	Carácter	Créditos
Marketing.	Plan de Marketing.	OB	6
	Optativa 1.	OP	4,5
	Optativa 2.	OP	4,5
	Optativa 3.	OP	4,5
	Optativa 4.	OP	4,5
Reconocimiento académico de créditos.	Reconocimiento académico de créditos.	OP	6
Prácticas externas.	Prácticas externas.	OB	24
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo fin de grado.	OB	6

Total de créditos a cursar: 60.

(*) La Universidad establecerá los mecanismos oportunos para garantizar a los alumnos el reconocimiento académico de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, según lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007 en su artículo 12.8.