

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**877** *Resolución de 14 de enero de 2016, de la Universidad de Girona, 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 informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros de 14 de noviembre de 2014 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» número 314, de 29 de diciembre de 2014),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de graduado o graduada en Marketing por la Universidad de Girona.

Girona, 14 de enero de 2016.–El Rector, Sergi Bonet Marull.

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCTENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADUADO O GRADUADA EN MARKETING POR LA UNIVERSIDAD DE GIRONA

**Estructura de las enseñanzas**

1. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título (Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1): Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica . . . . .	60
Obligatorias . . . . .	126
Optativas . . . . .	27
Prácticas externas (obligatorias) . . . . .	12
Trabajo de Fin de Grado . . . . .	15
<b>Total . . . . .</b>	<b>240</b>

3. Distribución de los créditos de formación básica del plan de estudios por materias:

Rama de conocimiento	Materia (RD 1393/2007, de 29 de octubre)	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho	Dimensión Jurídica del Márketing.	6	2
	Economía	Contabilidad y finanzas para la gestión del marketing.	6	1
		Introducción a la economía.	6	1
	Empresa	Introducción a la administración de empresas.	6	1
		Recursos Humanos.	6	1
		Introducción al Marketing.	6	1
		Análisis Comercial.	6	1
	Estadística	Fundamentos de estadística.	6	1
		Estadística I.	6	2
		Estadística II.	6	2

## 4. Contenido del plan de estudios:

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Fundamentos de la Empresa.	Introducción a la administración de empresas.	6	B	1
	Contabilidad y finanzas para la gestión de marketing.	6	B	1
	Recursos humanos.	6	B	1
	Introducción a la economía.	6	B	1
	Dimensión jurídica del marketing.	6	B	2
Principios del Marketing.	Introducción al marketing.	6	B	1
	Análisis comercial.	6	B	1
Comportamiento de compra.	Comportamiento de compra del consumidor.	6	OB	1
	Comportamiento de compra de las organizaciones.	6	OB	1
Investigación comercial.	Fundamentos de estadística.	6	B	1
	Estadística I.	6	B	2
	Estadística II.	6	B	2
	Técnicas Cualitativas y Prospectivas para la Investigación Comercial.	6	OB	3
Lenguas extranjeras aplicadas al marketing y a los negocios.	Inglés I.	3	OB	1
	Inglés II.	3	OB	2
	Inglés III.	3	OB	3
	Inglés IV.	3	OB	4
	Chino mandarín 1.	3	OB	1
	Chino mandarín II.	3	OB	2
	Chino mandarín III.	3	OB	3
	Chino mandarín IV.	3	OB	4
Marketing estratégico.	Desarrollo de productos y marcas.	6	OB	2
	Diseño de estrategias y programas sobre precios.	6	OB	2
	Estrategias sobre distribución y logística de la distribución.	6	OB	2
	Desarrollo del plan de marketing.	6	OB	3
Comunicación.	Venta personal y marketing directo.	6	OB	2
	Publicidad, promoción y relaciones públicas.	6	OB	2
Marketing específico.	Marketing Industrial y de Servicios.	6	OB	2
	Marketing Internacional.	6	OB	2
	Marketing social y de las instituciones no lucrativas.	6	OB	3

Módulo	Asignatura	ECTS	Carácter	Curso
Marketing digital.	La conducta de compra online.	6	OB	3
	Comunicación y redes sociales.	6	OB	3
	Estudios de mercado por Internet.	6	OB	3
	Diseño y desarrollo de websites.	12	OB	3
Prácticum.	Prácticum.	12	PE	4
Trabajo Final de Grado.	Trabajo Final de Grado.	15	TFG	4
Optativas.	Alemán.	6	OP	4
	Francés.	6	OP	4
	Ruso.	6	OP	4
	Neuromarketing.	6	OP	4
	Marketing Ecológico.	3	OP	4
	Control Presupuestario.	6	OP	4
	Habilidades Directivas y de Comunicación.	3	OP	4
	Cultura Internacional: Norte de África y Oriente Medio.	3	OP	4
	Cultura Internacional: América.	3	OP	4
	Cultura Internacional: Asia y el Pacífico.	3	OP	4
	Cultura Internacional: Europa.	3	OP	4
	Marketing Político y electoral.	6	OP	4
	Emprendeduría.	3	OP	4
	Prácticum II.	6	OP	4
	Integración de mercados.	6	OP	4
	Juego de Simulación en Marketing.	6	OP	4
Programación temporal del proyectos.	6	OP	4	
Derecho de la Empresa.	6	OP	4	