

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**8307** *Resolución de 23 de agosto de 2016, de la Universidad de Navarra, 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 positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de junio de 2016 (publicado en el BOE de 6 de julio, por Resolución del Secretario General de Universidades de 24 de junio),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad de Navarra.

Pamplona, 23 de agosto de 2016.—El Rector, Alfonso Sánchez-Tabernero.

**UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DE NAVARRA****Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Marketing**

*Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas*

Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas

Distribución general del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

| Tipo de materia                      | ECTS       |
|--------------------------------------|------------|
| Básicas (B) . . . . .                | 60         |
| Obligatorias (OB) . . . . .          | 129        |
| Optativas (OP) . . . . .             | 42         |
| Trabajo Fin de Grado (TFG) . . . . . | 9          |
| <b>Total ECTS . . . . .</b>          | <b>240</b> |

Estructura del plan de estudios\*.

| Materias                                    | ECTS | Tipo  |
|---|------|-------|
| Core Curriculum.                            | 18   | B, OP |
| Contexto histórico, jurídico, deontológico. | 18   | B, OB |
| Economía.                                   | 21   | B, OB |
| Empresa.                                    | 15   | B, OB |
| Fundamentos de marketing.                   | 9    | B, OB |
| Consumidor.                                 | 18   | B, OB |
| Variables del marketing.                    | 18   | OB    |
| Marketing aplicado.                         | 6    | OB    |
| Análisis de datos.                          | 18   | OB    |
| Fundamentos de comunicación.                | 24   | B, OB |
| Branding.                                   | 15   | B, OB |
| Innovación.                                 | 6    | OB    |

| Materias                          | ECTS | Tipo |
|-----------------------------------|------|------|
| Emprendimiento.                   | 9    | OB   |
| Mención Creatividad.              | 24   | OP   |
| Mención Comunicación Corporativa. | 24   | OP   |
| Optatividad.                      | 36   | OP   |
| Trabajo Fin de Grado.             | 9    | TFG  |

\* Organización temporal: semestral o anual.