

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**11814** Resolución de 28 de noviembre de 2016, de la Universidad San Jorge, 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 el informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por el Consejo de Ministros de 7 de octubre de 2016 (publicado en el BOE de 26 de octubre de 2016 por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 14 de octubre de 2016), este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing.

Zaragoza, 28 de noviembre de 2016.–El Rector, Carlos Pérez Caseiras.

#### ANEXO

##### Plan de estudios de Graduado en Marketing

##### 5.1.3 Plan de estudios (por módulos):

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Módulo 1: Dirección de Marketing 111 ECTS.	Introducción al Marketing.	MB	I	9
	Negociación Comercial.	OB	II	3
	Técnicas de venta.	OB	II	3
	Marketing Estratégico.	OB	III	6
	Dirección Comercial.	OB	III	6
	Comportamiento del consumidor.	OB	IV	4,5
	Dirección de Producto.	OB	IV	6
	Dirección de Distribución.	OB	IV	6
	<b>Gestión estratégica de marca/Strategy Brand Management.</b>	OB	IV	4,5
	Gestión de Precios.	OB	IV	4,5
	Dirección de Equipos Comerciales.	OB	V	6
	Estrategias de Marketing Digital.	OB	V	6
	Gestión de la Experiencia de Cliente.	OB	V	6
	<b>Métricas y analíticas en el Marketing Digital/Digital Marketing Metrics and Analytics.</b>	OB	V	3
	Marketing Industrial.	OB	VI	4,5
	Comercio Electrónico/E-commerce.	OB	VI	4,5
	<b>Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing.</b>	OB	VI	4,5
Plan de Marketing Integrado.	OB	VII	6	
Marketing internacional/International Marketing and Trade.	OB	VII	6	

Módulo	Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
	Marketing Promocional.	OP	VII	4,5
	Marketing Sectorial.	OP	VII	4,5
	Marketing Turístico.	OP	VII	4,5
	<b>Marketing en las redes sociales/Social Media Marketing.</b>	OP	VII	4,5
	<b>Diseño de interfaces de usuario/User interface design.</b>	OP	VII	4,5
	<b>Nuevas tecnologías aplicadas al marketing y la Economía Digital/New technologies applied to marketing and the Digital Economy.</b>	OP	VII	4,5
	Simulador de Marketing.	OB	VII	3
Módulo 2: Investigación de Mercados 22,5 ECTS.	Estadística aplicada al Marketing.	MB	I	6
	Técnicas de investigación de Mercados.	OB	II	6
	<b>Inteligencia aplicada al Marketing Digital/Digital Marketing Intelligence.</b>	OB	V	6
	Neuromarketing.	OB	VI	4,5
Módulo 3: Comunicación y Publicidad 9 ECTS.	Fundamentos de la Comunicación.	MB	II	6
	Planificación Estratégica de la Publicidad.	OB	V	3
Módulo 4: Dirección de Empresas 36 ECTS.	Economía de la Empresa.	MB	I	9
	Entorno jurídico de la empresa.	MB	III	6
	<b>Gestión intercultural/Cross Cultural Management.</b>	OB	VI	4,5
	<b>Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy.</b>	OB	VI	4,5
	Dirección Estratégica.	OB	VII	6
	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales.	OP	VIII	6
	Creatividad e innovación en Entornos Digitales.	OP	VIII	6
	Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC.	OP	VIII	6
Módulo 5: Psicología y Sociología 12 ECTS.	Psicología.	MB	II	6
	Sociología.	MB	III	6
Módulo 6: Humanidades 13,5 ECTS.	Pensamiento Social Cristiano.	OB	III	6
	Deontología del Marketing.	OB	IV	4,5
	Ética.	OB	VI	3
Módulo 7: Herramientas básicas 12 ECTS.	<b>Inglés para los negocios/English for Business.</b>	MB	I	6
	Informática.	MB	II	6
Módulo 8: Prácticas Externas 18 ECTS.	Prácticas Externas.	OB	VIII	18
Módulo 9: Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado 6 ECTS.	OB	VIII	6
Total .....				240

\* Las materias en negrita se impartirán en inglés.

## 5.1.4 Plan de estudios (por curso académico).

Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Primer curso			
Introducción al Marketing.	MB	I	9
Estadística aplicada al Marketing.	MB	I	6
Economía de la Empresa.	MB	I	9
<b>Inglés para los negocios/English for business.</b>	MB	I	6
Fundamentos de Comunicación.	MB	II	6
Técnicas de Investigación de Mercados.	OB	II	6
Informática.	MB	II	6
Psicología.	MB	II	6
Negociación Comercial.	OB	II	3
Técnicas de venta.	OB	II	3
			60
Segundo curso			
Entorno jurídico de la empresa.	MB	III	6
Marketing Estratégico.	OB	III	6
Sociología.	MB	III	6
Dirección Comercial.	OB	III	6
Pensamiento Social Cristiano.	OB	III	6
Comportamiento del Consumidor.	OB	IV	4,5
Deontología del Marketing.	OB	IV	4,5
Dirección de Producto.	OB	IV	6
Dirección de Distribución.	OB	IV	6
<b>Gestión estratégica de marca/Strategy Brand Management.</b>	OB	IV	4,5
Gestión de Precios.	OB	IV	4,5
			60
Tercer curso			
Dirección de equipos comerciales.	OB	V	6
Planificación estratégica de la Publicidad.	OB	V	3
<b>Inteligencia aplicada al Marketing Digital/Digital Marketing Intelligence.</b>	OB	V	6
Estrategias de Marketing Digital.	OB	V	6
Gestión de la Experiencia de Cliente.	OB	V	6
<b>Métricas y analíticas en el Marketing Digital/Digital Marketing Metrics and Analytics.</b>	OB	V	3
Marketing Industrial.	OB	VI	4,5

Materia	Tipo (MB/OB/OP)	Semestre	Créditos ECTS
Comercio Electrónico/E-commerce.	OB	VI	4,5
Neuromarketing.	OB	VI	4,5
<b>Gestión intercultural/Cross Cultural Management.</b>	OB	VI	4,5
<b>Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy.</b>	OB	VI	4,5
<b>Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing.</b>	OB	VI	4,5
Ética.	OB	VI	3
			60
Cuarto curso			
Dirección Estratégica.	OB	VII	6
Plan de Marketing Integrado.	OB	VII	6
<b>Marketing internacional/International Marketing and Trade.</b>	OB	VII	6
Optativa 1.	OP	VII	4,5
<b>Optativa 2.</b>	OP	VII	4,5
Simulador de Marketing.	OB	VII	3
Optativa 3.	OP	VIII	6
Prácticas Externas.	OB	VIII	18
Trabajo Fin de Grado.	OB	VIII	6
			60
Total .....			240

## 5.1.5 Itinerarios optativos / Materias optativas.

Módulo	Materia	Semestre	ECTS	Tipo
Itinerario optativo 1 (Dirección de Marketing)*.	Marketing Promocional.	VII	4,5	OP
	Marketing Sectorial.	VII	4,5	OP
	Marketing Turístico.	VII	4,5	OP
Itinerario optativo 2 (Dirección de Marketing)*.	<b>Marketing en redes sociales/Social Media Marketing.</b>	VII	4,5	OP
	<b>Diseño de interfaces de usuario/User interface design.</b>	VII	4,5	OP
	<b>Nuevas tecnologías aplicadas al marketing y la Economía Digital/New technologies applied to marketing and the Digital Economy.</b>	VII	4,5	OP
Itinerario optativo 3 (Dirección de Empresas)*.	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales.	VIII	6	OP
	Creatividad e innovación en Entornos Digitales.	VIII	6	OP
	Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC.	VIII	6	OP

\* El alumno cursa una materia de cada módulo optativo.

\*\* Las materias en negrita se impartirán en inglés.