

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

6831 *Resolución de 16 de junio de 2020, de la Universidad Rey Juan Carlos, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Fundación madri+d y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de junio de 2010 (publicado en el BOE del 26, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 10 de junio de 2010). Modificado el plan de estudios, con informe favorable de la Fundación madri+d, de 22 de mayo de 2020, este Rectorado, de conformidad en lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, reformada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del Título de Grado en Marketing.

El plan de estudios (5.1 Estructura de las enseñanzas, según 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) quedará estructurado conforme al Anexo de la presente Resolución.

Móstoles, 16 de junio de 2020.–El Rector, Francisco Javier Ramos López.

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
Obligatorios.	132
Optativos.	18
Prácticas externas.	24
Trabajo fin de Grado.	6
Créditos totales.	240

Itinerario formativo de la enseñanza

Curso 1.º

Semestre	Materia	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Historia.	Historia Económica y del Marketing.	FB	6
1	Empresa.	Introducción a la empresa.	FB	6
1	Comunicación.	Marketing y Técnicas de Comunicación interpersonal.	FB	6
1	Estadística y Matemáticas.	Matemáticas aplicadas al Marketing.	OB	6
1	Sociología.	Sociología de la Empresa.	FB	6

Semestre	Materia	Asignatura	Tipología	Créditos
2	Derecho.	Derecho Civil.	FB	6
2	Estadística y Matemáticas.	Estadística aplicada al Marketing.	OB	6
2	Humanidades.	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad.	FB	6
2	Informática.	Informática aplicada al marketing.	FB	6
2	Marketing.	Introducción al Marketing.	OB	6

Curso 2.º

Semestre	Materia	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing I.	OB	4,5
1	Análisis Económico-Financiero.	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado.	OB	4,5
1	Organización.	Dirección Estratégica.	OB	4,5
1	Economía.	Economía I: Microeconomía.	FB	6
1	Psicología.	Psicología aplicada al Marketing.	OB	4,5
2	Análisis Económico-Financiero.	Análisis Económico-Financiero en Marketing II.	OB	4,5
2	Derecho.	Derecho del trabajo y de la Seguridad Social.	OB	4,5
2	Economía.	Economía II: Macroeconomía.	OB	6
2	Marketing.	Marketing Estratégico.	OB	4,5
2	Estadística y Matemáticas.	Métodos de Decisión aplicados al Marketing.	OB	4,5
2	Deontología.	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo.	FB	6
Anual	Idioma.	Idioma Moderno.	FB	6

Curso 3.º

Semestre	Materia	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Marketing.	Comportamiento del consumidor.	OB	4,5
1	Marketing.	Dirección de Ventas.	OB	4,5
1	Marketing.	Investigación de Mercados I.	OB	4,5
1	Marketing.	Marketing Industrial y de Servicios.	OB	4,5
1	Marketing.	Política de Comunicación y publicidad digital.	OB	6
1	Marketing.	Política de Producto.	OB	6
2	Marketing.	Investigación de Mercados II.	OB	4,5
2	Marketing.	Marketing Relacional, Directo e Interactivo.	OB	4,5
2	Marketing.	Marketing, sistemas de información y automatización basada en datos.	OB	4,5
2	Marketing.	Política de Distribución y comercio electrónico.	OB	6
2	Marketing.	Política de Precios y Costes.	OB	6
2	Marketing.	Técnicas de Negociación Comercial.	OB	4,5

Curso 4.º

Semestre	Materia	Asignatura	Tipología	Créditos
1		Optativa 1.	OP	6
1		Optativa 2.	OP	6
1		Optativa 3.	OP	6
1	Marketing.	Plan de Marketing.	OB	6
1	Reconocimiento académico de créditos.	Reconocimiento académico de créditos.	OB	6
Anual	Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	OB	24
Anual	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	OB	6

Optativas 4.º Curso

Materia	Asignatura	Créditos
Economía.	Análisis y previsión de ventas.	4,5
Economía.	Análisis y previsión de ventas (semipresencial).	4,5
Marketing.	Analíticas y Métricas de Marketing Digital.	4,5
Marketing.	Analíticas y Métricas de Marketing Digital (semipresencial).	4,5
Empresa.	Dirección de Producción.	4,5
Empresa.	Dirección de Producción (semipresencial).	4,5
Empresa.	Dirección de Recursos Humanos.	4,5
Empresa.	Dirección de Recursos Humanos (semipresencial).	4,5
Marketing.	Estrategias de Marketing Digital.	4,5
Marketing.	Estrategias de Marketing Digital (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior.	4,5
Marketing.	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing Interno.	4,5
Marketing.	Marketing Interno (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing Político.	4,5
Marketing.	Marketing Político (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing Sectorial.	4,5
Marketing.	Marketing Sectorial (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing y Dirección de Comunicación.	4,5
Marketing.	Marketing y Dirección de Comunicación (semipresencial).	4,5
Marketing.	Nuevas tendencias en Marketing y Ventas.	4,5
Marketing.	Nuevas tendencias en Marketing y Ventas (semipresencial).	4,5

Itinerario formativo de la enseñanza en modalidad Inglés

Course 1.º

Sem.	Matter	Subject	Character	Credits
1	History.	History of the Commercial Culture and Society.	FB	6
1	Business.	Introduction to Corporations.	FB	6
1	Comunication.	Marketing and Interpersonal Communication Techniques.	FB	6
1	Statistics and Mathematics.	Mathematics applied to Marketing.	OB	6
1	Sociology.	Corporate Sociology.	FB	6
2	Law.	Civil Law.	FB	6
2	Statistics and Mathematics.	Applied Statistics to Marketing.	OB	6
2	Humanities.	History of the Commercial Culture and Society.	FB	6
2	Computing.	Computer Science Applied to Marketing.	FB	6
2	Marketing.	Introduction to Marketing.	OB	6

Course 2.º

Sem.	Matter	Subject	Character	Credits
1	Economic environment Analysis.	Economic-Financial Analysis in Marketing I.	OB	4,5
1	Economic environment Analysis.	Mercantile Law: Legal Regulation of the Market.	OB	4,5
1	Organization.	Strategic Management.	OB	4,5
1	Economy.	Economics I: MicroEconomics.	FB	6
1	Psychology.	Psychology Applied to Marketing.	OB	4,5
2	Economic environment Analysis.	Economic-Financial Analysis in Marketing II.	OB	4,5
2	Law.	Labour and Social Security Law.	OB	4,5
2	Economy.	Economics II: MacroEconomics.	OB	6
2	Marketing.	Strategic Marketing.	OB	4,5
2	Statistics and Mathematics.	Decission Making Methods Applied to Marketing.	OB	4,5
2	Deontology.	Responsability and Corporate Social Marketing.	FB	6
Anual	Language.	Modern Language.	FB	6

Course 3.º

Sem.	Matter	Subject	Character	Credits
1	Marketing.	Consumer Behaviour.	OB	4,5
1	Marketing.	Sales Management.	OB	4,5
1	Marketing.	Market Research I.	OB	4,5
1	Marketing.	Industrial and Services Marketing.	OB	4,5
1	Marketing.	Communication Policy and Digital Advertising.	OB	6
1	Marketing.	Product Policy.	OB	6

Sem.	Matter	Subject	Character	Credits
2	Marketing.	Market Research II.	OB	4,5
2	Marketing.	Relational, Direct and Interactive Marketing.	OB	4,5
2	Marketing.	Applied Information Systems and Data Driven Marketing.	OB	4,5
2	Marketing.	Distribution Policy and eCommerce.	OB	6
2	Marketing.	Price and Cost Policy.	OB	6
2	Marketing.	Commercial Negotiation Techniques.	OB	4,5

Course 4.º

Sem.	Matter	Subject	Character	Credits
1		Optional 1.	OP	6
1		Optional 2.	OP	6
1		Optional 3.	OP	6
1	Marketing.	Marketing Plan.	OB	6
1	Academic Recognition of Credits.	Academic Recognition of Credits.	OB	6
Anual	External practices.	External practices.	OB	24
Anual	End of Degree Project.	End of Degree Project.	OB	6

Optional Subjects

Matter	Subject	Credits
Economy.	Analysis and forecast of sales.	4,5
Economy.	Analysis and forecast of sales (semipresencial).	4,5
Marketing.	Analytics and Metrics of Digital.	4,5
Marketing.	Analytics and Metrics of Digital (semipresencial).	4,5
Business.	Production Management.	4,5
Business.	Production Management (semipresencial).	4,5
Business.	Human Resources Management.	4,5
Business.	Human Resources Management (semipresencial).	4,5
Marketing.	Digital Marketing Strategies.	4,5
Marketing.	Digital Marketing Strategies (semipresencial).	4,5
Marketing.	Global and International Marketing and Foreign Trade.	4,5
Marketing.	Global and International Marketing and Foreign Trade (semipresencial).	4,5
Marketing.	Internal Marketing.	4,5
Marketing.	Internal Marketing (semipresencial).	4,5
Marketing.	Political marketing.	4,5
Marketing.	Political marketing (semipresencial).	4,5
Marketing.	Sector marketing.	4,5

Matter	Subject	Credits
Marketing.	Sector marketing (semipresencial).	4,5
Marketing.	Marketing and Communication Management.	4,5
Marketing.	Marketing and Communication Management (semipresencial).	4,5
Marketing.	New Trends in Marketing and Sales.	4,5
Marketing.	New Trends in Marketing and Sales (semipresencial).	4,5

Más información sobre el plan de estudios en la web de la Universidad Rey Juan Carlos www.urjc.es