

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3080 *Resolución de 15 de diciembre de 2020, de la Universidad Rey Juan Carlos, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Dirección de Marketing Internacional.*

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 19 de enero de 2018 (publicado en el BOE de 5 de febrero de 2018, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 24 de enero de 2018), 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 el plan de estudios conducente a la obtención del Título de Máster Universitario en Dirección de Marketing Internacional.

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, 15 de diciembre 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.	0
Obligatorios.	48
Optativos.	0
Prácticas externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	6
Créditos totales.	60

Itinerario formativo de la enseñanza

Materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Créditos ECTS	Semestre	Carácter
Dirección de marketing internacional y globalización de los mercados.	12	Dirección estratégica de marketing internacional: Claves de la competencia y el éxito en mercados globales.	6	Primero.	Obligatorio.
		Desarrollo del profesional del marketing en un entorno global.	6	Primero.	Obligatorio.
Planificación estratégica de mercados internacionales.	12	Mercados globales: investigación e identificación de la propuesta de valor.	6	Primero.	Obligatorio.
		Creación de valor en mercados internacionales.	6	Primero.	Obligatorio.

Materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Créditos ECTS	Semestre	Carácter
Gestión del valor en mercados internacionales.	12	Gestión económico-financiera de las decisiones estratégicas de marketing internacional.	6	Primero.	Obligatorio.
		Marketing digital en entornos internacionales.	6	Segundo.	Obligatorio.
Go to Market.	12	Entrega de valor al cliente internacional.	6	Segundo.	Obligatorio.
		Estrategias de venta y comercialización internacionales.	6	Segundo.	Obligatorio.
Prácticas en empresa.	6	Prácticas en empresa.	6	Segundo.	PE.
Trabajo de fin de máster.	6	Trabajo de fin de máster.	6	Segundo.	TFM.

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