

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

21313 *Resolución de 28 de septiembre de 2026, de la Universidad de Navarra, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing.*

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 32 y 33 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados, y una vez recibida la correspondiente aceptación de la Agencia de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) a las modificaciones presentadas para el plan de estudios del Grado en Marketing por la Universidad de Navarra,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios, quedando fijado en los términos que se recogen en el anexo a la presente resolución, que modifica el plan de estudios publicado mediante Resolución de la Rectora de 14 de febrero de 2025 de la Universidad de Navarra, en el «Boletín Oficial del Estado» de fecha 12 de marzo de 2025.

Pamplona, 28 de septiembre de 2026.–La Rectora, María Iraburu Elizalde.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Grado en Marketing por la Universidad de Navarra

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Campo de estudio: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.

Real Decreto 822/2021, artículo 32.5.

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

Tipo de materias	ECTS
Básicas (B).	60
Obligatorias (OB).	135
Optativas (OP).	36
Trabajo fin de Grado (TFG).	9
Total.	240

Resumen de los módulos y materias que constituyen el plan de estudios

Módulo	Materia	ECTS	Carácter
Módulo 1. Contextos.	Materia 1.1 Core Curriculum.	18	OB, OP
	Materia 1.2 Contexto histórico, jurídico y deontológico.	18	B, OB
Módulo 2. Economía y Empresa.	Materia 2.1 Economía.	18	B, OB
	Materia 2.2 Empresa.	9	OB

Módulo	Materia	ECTS	Carácter
Módulo 3. Mercados y clientes.	Materia 3.1 Fundamentos del <i>marketing</i> .	9	B, OB
	Materia 3.2 Variables del <i>marketing</i> .	18	OB
	Materia 3.3 <i>Marketing</i> aplicado.	12	OB
	Materia 3.4 Consumidor.	18	B, OB
	Materia 3.5 Análisis de datos.	27	B, OB
Módulo 4. Comunicación y <i>branding</i> .	Materia 4.1 Fundamentos de comunicación.	24	B, OB
	Materia 4.2 <i>Branding</i> .	15	B, OB
Módulo 5. Innovación y emprendimiento.	Materia 5.1 Innovación.	6	OB
	Materia 5.2 Emprendimiento.	9	OB
Módulo 6. Trabajo fin de grado.	Materia 6.1 Trabajo fin de grado.	9	TFG
Módulo 7. Formación complementaria.	Materia 7.1 Optatividad.	30	OP