

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3388 *Resolución de 1 de marzo de 2013, de la Universidad Europea de Madrid, por la que se modifica el plan de estudios de Graduado en Marketing y Dirección Comercial.*

De conformidad 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, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados, se han aceptado las modificaciones del plan de estudios correspondiente a las enseñanzas de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Madrid.

Por lo expuesto, este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Madrid cuyo título fue aprobado por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de octubre de 2008, publicado por Resolución de la Secretaría de Estado de Universidades de 23 de octubre de 2008 («Boletín Oficial del Estado» de 15 de noviembre de 2008), quedando el nuevo plan de estudios estructurado según consta en esta Resolución.

Villaviciosa de Odón, 1 de marzo de 2013.–La Rectora, Águeda Benito Capa.

PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Tipo de materia	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	144
Optativas (incluidas las actividades universitarias)	18
Prácticas externas	12
Trabajo fin de titulación	6
Total	240

Materia	N.º ECTS	Cuatrimestre	Tipo
Economía de la empresa	6	1	F. básica.
Contabilidad Financiera I	6	1	Obligatoria.
Habilidades Comunicativas	6	1	F. básica.
Análisis del Entorno Económico.	6	1	Obligatoria.
Matemáticas Empresariales	6	1	Obligatoria.
Administración de empresas	6	2	Obligatoria.
Fundamentos del marketing	6	2	Obligatoria.
Contabilidad Financiera II.	6	2	Obligatoria.
Comportamiento del consumidor	6	2	F. básica.
Pensamiento económico y social	6	2	F. básica.
Derecho de la empresa	6	3	F. básica.
Dirección de personas	6	3	Obligatoria.
Contabilidad de costes	6	3	Obligatoria.
Análisis de Operaciones Financieras	6	3	F. básica.

Materia	N.º ECTS	Cuatrimestre	Tipo
Instrumentos de Marketing	6	3	Obligatoria.
Inglés	6	4	F. básica.
Operaciones Societarias	6	4	Obligatoria.
Sistemas impositivos	6	4	Obligatoria.
Organización Industrial	6	4	Obligatoria.
Estadística	6	4	F. básica.
Habilidades directivas	6	5	F. básica.
Econometría	6	5	Obligatoria.
Distribución Comercial	6	5	Obligatoria.
Marketing Estratégico: «Marketing Factory»	6	5	Obligatoria.
Marketing de Producto y Marca	6	5	Obligatoria.
Ética	6	6	F. básica.
Técnicas de venta	6	6	Obligatoria.
Marketing de Precios	6	6	Obligatoria.
Comunicación comercial	6	7	Obligatoria.
Investigación y técnicas de mercado I	6	7	Obligatoria.
Dirección de ventas	6	7	Obligatoria.
Simulación Comercial	6	8	Obligatoria.
Investigación y técnicas de mercado II	6	8	Obligatoria.
Marketing Internacional	6	8	Obligatoria.
Optativas a elegir 2: total 12 ECTS:			
Comunicación Comercial II	6	5 ó 6	Optativa.
Gestión de la Innovación	6	5 ó 6	Optativa.
Distribución Comercial II	6	5 ó 6	Optativa.
Calidad y atención al cliente	6	5 ó 6	Optativa.
Comportamiento del consumidor en el Marketing	6	5 ó 6	Optativa.
Gestión deportiva	6	5 ó 6	Optativa.
Gestión de entidades y centros deportivos	6	5 ó 6	Optativa.
Marketing deportivo	6	5 ó 6	Optativa.
Prácticas externas I y II: total 12 ECTS:			
Prácticas externas I	6	7	Obligatoria.
Prácticas externas II	6	7	Obligatoria.
Proyecto fin de titulación: total 6 ECTS:			
Trabajo fin de titulación: Plan de Marketing	6	8	Obligatoria.
Actividades Universitarias: total 6 ECTS:			
Actividades universitarias/optativa	6	8	Optativa.