

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**8307** *Resolución de 23 de agosto de 2016, de la Universidad de Navarra, 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 informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de junio de 2016 (publicado en el BOE de 6 de julio, por Resolución del Secretario General de Universidades de 24 de junio),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad de Navarra.

Pamplona, 23 de agosto de 2016.—El Rector, Alfonso Sánchez-Tabernero.

**UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DE NAVARRA****Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Marketing**

*Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas*

Real Decreto 1393/2007, anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas

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

Tipo de materia	ECTS
Básicas (B) . . . . .	60
Obligatorias (OB) . . . . .	129
Optativas (OP) . . . . .	42
Trabajo Fin de Grado (TFG) . . . . .	9
<b>Total ECTS . . . . .</b>	<b>240</b>

Estructura del plan de estudios\*.

Materias	ECTS	Tipo
Core Curriculum.	18	B, OP
Contexto histórico, jurídico, deontológico.	18	B, OB
Economía.	21	B, OB
Empresa.	15	B, OB
Fundamentos de marketing.	9	B, OB
Consumidor.	18	B, OB
Variables del marketing.	18	OB
Marketing aplicado.	6	OB
Análisis de datos.	18	OB
Fundamentos de comunicación.	24	B, OB
Branding.	15	B, OB
Innovación.	6	OB

Materias	ECTS	Tipo
Emprendimiento.	9	OB
Mención Creatividad.	24	OP
Mención Comunicación Corporativa.	24	OP
Optatividad.	36	OP
Trabajo Fin de Grado.	9	TFG

\* Organización temporal: semestral o anual.