

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

12410 Resolución de 16 de mayo de 2023, de la Universidad Rovira i Virgili, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing.

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 26 de julio de 2019 (publicado en el BOE de 22 de agosto del 2019),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing, que quedará estructurado según consta en el anexo I de esta resolución.

Tarragona, 16 de mayo de 2023.–El Rector, Josep Pallarès Marzal.

ANEXO I

Plan de estudios del título de Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Rovira i Virgili

Centro: ESIC Business & Marketing School.

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Curso académico de implantación: 2017-18.

Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS.

5.1 Estructura de las Enseñanzas.

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica (Fb).	60
Obligatorias (Ob).	130,5
Optativas (Op).	19,5
Prácticas externas (PE).	24
Trabajo de fin de grado (TFG).	6
Total créditos.	240

Resumen del plan de estudios

Curso	Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Carácter
1	Marketing.	6	Introducción al Marketing.	6	Ob
1	Empresa.	6	Introducción a la Empresa.	6	Fb
1	Matemáticas.	6	Matemáticas Empresariales.	6	Fb
1	Historia.	6	Historia Económica.	6	Fb
1	Sociología.	6	Sociología de la Empresa.	6	Fb
1	Comunicación.	6	Comunicación Empresarial.	6	Fb

Curso	Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Carácter
1	Idioma Moderno.	6	Idioma Moderno.	6	Fb
1	Estadística.	6	Estadística Aplicada al Marketing.	6	Fb
1	Economía.	6	Economía I: Microeconomía.	6	Fb
1	Informática.	6	Informática Aplicada al Marketing.	6	Fb
2	Economía.	6	Economía II: Macroeconomía.	6	Ob
2	Finanzas.	9	Análisis Económico Financiero en Marketing I.	4,5	Ob
			Análisis Económico Financiero en Marketing II.	4,5	Ob
2	Empresa.	10,5	Regulación Jurídica del Mercado.	4,5	Ob
			Responsabilidad y Marketing Social Corporativo.	6	Ob
2	Investigación de Mercados.	4,5	Investigación de Mercados I.	4,5	Ob
2	Marketing.	30	Comportamiento del Consumidor I.	4,5	Ob
			Marketing Estratégico.	4,5	Ob
			Comportamiento del Consumidor II.	4,5	Ob
			Política de Producto.	6	Ob
			Política de Distribución.	6	Ob
			Gestión Estratégica de la Marca.	4,5	Ob
3	Comunicación.	6	Comunicación y Publicidad.	6	Ob
3	Empresa.	18	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing.	4,5	Ob
			Marketing y Sistemas de Información Aplicados.	4,5	Ob
			Dirección de Recursos Humanos.	4,5	Ob
			Creación de Empresas.	4,5	Ob
3	Marketing.	31,5	Política de Precios y Costes.	6	Ob
			Técnicas de Negociación Comercial.	4,5	Ob
			Marketing Relacional y Directo.	4,5	Op
			Dirección de Ventas.	4,5	Ob
			Dirección de Marketing Internacional.	6	Ob
			Estrategias de Marketing Digital.	6	Ob
3	Investigación de Mercados.	4,5	Investigación de Mercados II.	4,5	Ob
4	Empresa.	9	Dirección Estratégica.	4,5	Ob
			Optativa 3.	4,5	Op
4	Marketing.	15	Plan de Marketing.	6	Ob
			Optativa 1.	4,5	Op
			Optativa 2.	4,5	Op

Curso	Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Carácter
4	Informática.	6	Optativa 4.	3	Op
			Optativa 5.	3	Op
4	Prácticas Externas.	24	Prácticas Externas.	24	PE
4	Trabajo Fin de Grado.	6	Trabajo Fin de Grado.	6	TFG

En cuanto a las asignaturas optativas se establecen 5 bloques, el estudiante tendrá que elegir una asignatura de cada bloque:

- Tendencias en Marketing Digital (Optativa 1).
- Marketing Digital (Optativa 2).
- Economía Digital (Optativa 3).
- Optativa 4: Se establecen 2 asignaturas de 3 créditos cada una (detallados en las fichas de las asignaturas).
- Optativa 5: Se establecen 2 asignaturas de 3 créditos cada una (detallados en las fichas de las asignaturas).

La Universidad establecerá los mecanismos oportunos para garantizar a los estudiantes en el plan de estudios el reconocimiento de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.