

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2771 *Resolución de 8 de noviembre de 2023, de la Universitat Internacional Valenciana, 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 favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del Títulos por el Consejo de Ministros de 18 de octubre de 2019, publicado en el BOE de 6 de noviembre de 2019.

Este Rectorado, de conformidad con 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 Oficial de Grado en Marketing.

Este plan queda estructurado según consta en el Anexo de esta Resolución.

Valencia, 8 de noviembre de 2023.–La Rectora, Eva María Giner Larza.

ANEXO

Plan de estudios del título de Graduado o Graduada en Marketing por la Universitat Internacional Valenciana

CÓDIGO RUCT: 2503962

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

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

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación Básica.	66
Obligatorias.	120
Optativas.	30
Prácticas Externas Obligatorias.	12
Trabajo Fin de Grado.	12
Total.	240

Distribución de materias básicas según RD 1393/2007, de 29 de octubre, en el plan de estudios:

Rama de conocimiento	Materia RD 1393/2007, de 29 de octubre	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Economía.	Introducción a la Economía.	6	1.º
	Derecho.	Derecho Mercantil.	6	2.º
	Sociología.	Sociología del consumo.	6	1.º
	Estadística.	Estadística Aplicada al Marketing.	9	1.º
		Fundamentos de la investigación de mercados.	6	2.º
	Psicología.	Psicología Aplicada al Marketing.	6	2.º
	Comunicación.	Comunicación Empresarial.	6	1.º
	Empresa.	Fundamentos de Administración de Empresas.	6	1.º
Contabilidad Analítica y de Costes.		9	1.º	
Artes y Humanidades.	Idioma Moderno.	Business English I.	6	1.º
Total.			66	

Estructura del plan de estudios por módulos y/o materias y carácter de las asignatura:

Módulo de Formación Básica

Materia	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
Empresa.	Fundamentos de Administración de Empresas.	FB	6	1.º
	Contabilidad Analítica y de Costes.	FB	9	1.º
Idioma Moderno.	Business English I.	FB	6	1.º
Comunicación.	Comunicación Empresarial.	FB	6	1.º
Sociología.	Sociología del consumo.	FB	6	1.º
Psicología.	Psicología Aplicada al Marketing.	FB	6	2.º
Derecho.	Derecho Mercantil.	FB	6	2.º
Estadística.	Estadística Aplicada al Marketing.	FB	9	1.º
	Fundamentos de la investigación de mercados.	FB	6	2.º
Economía.	Introducción a la Economía.	FB	6	1.º
Total.			66	

Módulo de Formación Obligatoria

Materia	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
Marketing.	Fundamentos de Marketing.	6	OB	1.º
	Política de Producto.	6	OB	2.º
	Política de Precio.	6	OB	2.º
	Política de Distribución.	6	OB	2.º
	Política de Promoción.	6	OB	2.º
Branding.	Fundamentos de Branding.	6	OB	1.º
	Branding e Identidad Corporativa.	6	OB	3.º
	Plan de Marketing.	6	OB	3.º
	Marca Personal.	6	OB	4.º
Ventas.	Planificación Comercial.	6	OB	2.º
Entorno Digital.	Ecosistema Digital.	6	OB	3.º
	Marketing en Redes Sociales.	6	OB	3.º
	Posicionamiento SEO/SEM.	6	OB	3.º
	Mobile Marketing.	6	OB	3.º
	E-Commerce.	6	OB	3.º
Entorno Internacional.	Entorno Económico Internacional.	6	OB	3.º
	Marketing Internacional.	6	OB	3.º
Comunicación.	Planificación Publicitaria.	6	OB	3.º
Informática.	Informática Aplicada al Marketing.	6	OB	1.º
Idioma Moderno.	Business English II.	6	OB	2.º
Sociología.	Comportamiento del Consumidor.	6	OB	2.º
Total.			120	

Módulo de Formación Optativa

	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
<i>Materia de la Mención en Responsable de Producto / Product Manager</i>				
Responsable de Producto / Product Manager.	Diseño de Producto.	6	OP	4.º
	Envase y Embalaje.	6	OP	4.º
	Gestión del Producto en el Punto de Venta.	6	OP	4.º
	Fotografía de Producto.	6	OP	4.º
	Creatividad Audiovisual de Producto.	6	OP	4.º

	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
<i>Materia de la Mención en Investigación de Mercados</i>				
Investigación de Mercados.	Econometría.	6	OP	4.º
	Sistemas de Información de Marketing.	6	OP	4.º
	Investigación Cualitativa.	6	OP	4.º
	Investigación Cuantitativa.	6	OP	4.º
	Software para la Investigación de Mercados.	6	OP	4.º
Total.			30	

Módulo de Prácticas Externas

Materia	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
Prácticas Externas.	Prácticas Externas.	PE	12	4.º
Total.			12	

Módulo de Trabajo Fin de Grado

Materia	Asignatura	Carácter	ECTS	Curso
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	TFG	12	4.º
Total.			12	