

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

16334 *Resolución de 9 de noviembre 2020, de la Universitat Abat Oliba CEU, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial.*

De conformidad con lo establecido en el artículo 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 estudio ya verificados, la Universitat Abat Oliba CEU, a propuesta de la Facultad de Derecho y Empresa, ha enviado la solicitud de modificación del plan de estudios de la titulación de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial (Acuerdo de Consejo de Ministros de 7 de junio de 2013, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Grado y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos) a la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña cuya evaluación ha resultado favorable,

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing y Dirección Comercial que se anexa a la presente Resolución.

Barcelona, 9 de noviembre de 2020.–El Rector, Rafael Rodríguez-Ponga Salamanca.

ANEXO

Graduada o Graduado en Marketing y Dirección Comercial

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

Tipo de materia	Créditos ECTS
Formación básica.	60
Materias obligatorias.	162
Materias optativas.	0
Prácticas externas.	9
Trabajo fin de Grado.	9
Total.	240

Plan de estudios resumido.

Nombre de la Materia	Nombre de la Asignatura	Tipo asignatura	Curso (1,2,3,4)	Semestre (1,2)	Créditos ECTS	Idioma de impartición (E, C, I...)
1. Fundamentos del Análisis Económico (24 ETCS).	Principios de Economía.	MB	1	1	6	E/C
	Macroeconomía.	MB	1	2	6	E/C
	Macroeconomía en el Entorno Global.	OB	2	2	6	E/C
	Organización Industrial.	OB	2	1	6	E/C

Nombre de la Materia	Nombre de la Asignatura	Tipo asignatura	Curso (1,2,3,4)	Semestre (1,2)	Créditos ECTS	Idioma de impartición (E, C, I...)
2. Organización Empresarial (30 ECTS).	Introducción a la Empresa.	MB	1	1	6	E/C
	Comunicación Empresarial.	MB	1	1	6	E/C
	Derecho Mercantil.	MB	1	2	6	E/C
	Fundamentos de Contabilidad.	MB	1	2	6	E/C
	Emprendimiento y Simulación.	OB	4	1	6	I
3. Dirección Empresarial (18 ETCS).	Dirección y Gestión de Equipos.	OB	3	1	6	E/C
	Dirección Estratégica.	OB	4	1	6	I
	Dirección Comercial y Técnicas de Negociación.	OB	4	1	6	E/C
4. Métodos Cuantitativos y Cualitativos aplicados al Marketing (30 ECTS).	Matemáticas Empresariales.	MB	1	1	6	E/C
	Informática aplicada al Marketing.	MB	1	1	6	E/C
	Estadística aplicada al Marketing.	MB	1	2	6	E/C
	Investigación de Mercados.	OB	2	1	6	E/C
	Sistemas de Información de Marketing.	OB	3	1	6	E/C
5. Logística, Distribución y Retailing (18 ETCS).	Logística y Distribución Comercial.	OB	2	1	6	E/C
	Retail Marketing.	OB	3	2	6	E/C
	Marketing Experiencial.	OB	3	2	6	E/C
6. Fundamentos de Marketing (24 ECTS).	Fundamentos de Marketing.	MB	1	2	6	E/C
	Psicología del Consumidor.	OB	2	2	6	E/C
	Costes, producto, producción y precios.	OB	2	2	6	E/C
	Calidad e Innovación.	OB	2	1	6	E/C
7. Marketing Avanzado (36 ECTS).	Brand Strategic Planning.	OB	2	2	6	I
	Estrategias de Comunicación.	OB	2	2	6	E/C
	Strategic Marketing.	OB	3	1	6	I
	International Marketing.	OB	3	1	6	I
	Marketing Social y RSC.	OB	4	1	6	E/C
	Dirección de Marketing Sectorial.	OB	4	2	6	E/C

Nombre de la Materia	Nombre de la Asignatura	Tipo asignatura	Curso (1,2,3,4)	Semestre (1,2)	Créditos ECTS	Idioma de impartición (E, C, I...)
8. Marketing y Negocios Digitales (24 ECTS).	Negocios Digitales y Redes Sociales.	OB	3	2	6	E/C
	E-Commerce.	OB	3	2	6	I
	Métricas Digitales.	OB	3	2	6	E/C
	Marketing de Contenidos.	OB	4	1	6	E/C
9. Humanidades (18 ECTS).	Antropología.	OB	2	1	6	E/C
	Doctrina Social de la Iglesia.	OB	3	1	6	E/C
	Ética.	OB	4	2	6	I
10. Prácticas (9 ECTS).	Prácticas externas.	OB	4	2	9	E/C
11. Trabajo Final de Grado (9 ECTS).	Trabajo Final de Grado.	OB	4	2	9	E/C