

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

7872 *Resolución de 31 de marzo de 2025, de la Universidad San Jorge, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing.*

De conformidad con lo que dispone el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, y tras haber obtenido informe en términos favorables de la ACPUA a dicha solicitud,

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios del Graduado o Graduada en Marketing que queda estructurado como figura en el anexo de esta resolución, resultando de aplicación a partir del curso académico 2025-2026.

Zaragoza, 31 de marzo de 2025.—La Rectora, Silvia Carrascal Domínguez.

ANEXO

Plan de estudios del Grado en Marketing

Por módulos

Módulo	Asignaturas	Tipo (FB/OB/OP/TFG/ PE)	Semestre	ECTS
Módulo 1: Dirección de Marketing 129 ECTS.	Introducción al Marketing.	MB	I	9
	Negociación Comercial.	OB	II	3
	Técnicas de venta.	OB	II	3
	Marketing Estratégico.	OB	III	6
	Dirección Comercial.	OB	III	6
	Comportamiento del consumidor.	OB	IV	4,5
	Dirección de Producto.	OB	IV	6
	Dirección de Distribución.	OB	IV	6
	Gestión estratégica de marca/Strategy Brand Management.	OB	IV	4,5
	Gestión de Precios.	OB	IV	4,5
	Dirección de Equipos Comerciales.	OB	V	6
	Estrategias de Marketing Digital.	OB	V	6
	Gestión de la Experiencia de Cliente.	OB	V	6
	Métricas y analíticas en el Marketing Digital/Digital Marketing Metrics and Analytics.	OB	V	3
	Marketing Industrial.	OB	VI	4,5
	Comercio Electrónico/E-commerce.	OB	VI	4,5
	Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing.	OB	VI	4,5
	Plan de Marketing Integrado.	OB	VII	6
	Marketing internacional/International Marketing and Trade.	OB	VII	6
	Marketing Promocional.	OP	VII	4,5
	Marketing Sectorial.	OP	VII	4,5
	Marketing Turístico.	OP	VII	4,5
	Marketing en las redes sociales/Social Media Marketing.	OP	VII	4,5
	Diseño de interfaces de usuario/User interface design.	OP	VII	4,5
	Nuevas tecnologías aplicadas al marketing y la Economía Digital/New technologies applied to marketing and the Digital Economy.	OP	VII	4,5
	Simulador de Marketing.	OB	VII	3

Módulo	Asignaturas	Tipo (FB/OB/OP/TFG/ PE)	Semestre	ECTS
Módulo 2: Investigación de Mercados 22,5 ECTS.	Estadística aplicada al Marketing.	MB	I	6
	Técnicas de investigación de Mercados.	OB	II	6
	Inteligencia aplicada al Marketing Digital/Digital Marketing Intelligence.	OB	V	6
	Neuromarketing.	OB	VI	4,5
Módulo 3: Comunicación y Publicidad 9 ECTS.	Fundamentos de la Comunicación.	MB	II	6
	Planificación Estratégica de la Publicidad.	OB	V	3
Módulo 4: Dirección de Empresas 48 ECTS.	Economía de la Empresa.	MB	I	9
	Entorno jurídico de la empresa.	MB	III	6
	Gestión intercultural/Cross Cultural Management.	OB	VI	4,5
	Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy.	OB	VI	4,5
	Dirección Estratégica.	OB	VII	6
	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales.	OP	VIII	6
	Creatividad e innovación en Entornos Digitales.	OP	VIII	6
	Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC.	OP	VIII	6
Módulo 5: Psicología y Sociología 12 ECTS.	Psicología.	MB	II	6
	Sociología.	MB	III	6
Módulo 6: Humanidades 13,5 ECTS.	Pensamiento Social Cristiano.	OB	III	6
	Deontología del Marketing.	OB	IV	4,5
	Ética.	OB	VI	3
Módulo 7: Herramientas básicas 12 ECTS.	Inglés para los negocios/English for Business.	MB	I	6
	Informática.	MB	II	6
Módulo 8: Prácticas Académicas Externas 18 ECTS.	Prácticas Académicas Externas.	OB	VIII	18
Módulo 9: Trabajo Fin de Grado 6 ECTS.	Trabajo Fin de Grado.	OB	VIII	6
Total.				240

(FB: Formación básica; OB: Obligatoria; OP: Optativa; TFG: Trabajo Fin de Grado; PE: Prácticas Académicas Externas).

Las asignaturas cuya denominación consta en castellano e inglés, se ofertarán en castellano y en inglés exceptuando inglés para los negocios/English for Business, asignatura de enseñanza del inglés, que se impartirá en inglés únicamente.

Por cursos

Asignatura	Tipo (FB/OB/OP/TFG/PE)	Semestre	ECTS
Primero			
Introducción al Marketing.	MB	I	9
Estadística aplicada al Marketing.	MB	I	6
Economía de la Empresa.	MB	I	9

Asignatura	Tipo (FB/OB/OP/TFG/PE)	Semestre	ECTS
Inglés para los negocios/ English for business.	MB	I	6
Fundamentos de Comunicación.	MB	II	6
Técnicas de Investigación de Mercados.	OB	II	6
Informática.	MB	II	6
Psicología.	MB	II	6
Negociación Comercial.	OB	II	3
Técnicas de venta.	OB	II	3
Total.			60
Segundo			
Entorno jurídico de la empresa.	MB	III	6
Marketing Estratégico.	OB	III	6
Sociología.	MB	III	6
Dirección Comercial.	OB	III	6
Pensamiento Social Cristiano.	OB	III	6
Comportamiento del Consumidor.	OB	IV	4,5
Deontología del Marketing.	OB	IV	4,5
Dirección de Producto.	OB	IV	6
Dirección de Distribución.	OB	IV	6
Gestión estratégica de marca/Strategy Brand Management.	OB	IV	4,5
Gestión de Precios.	OB	IV	4,5
Total.			60
Tercero			
Dirección de equipos comerciales.	OB	V	6
Planificación estratégica de la Publicidad.	OB	V	3
Inteligencia aplicada al Marketing Digital/Digital Marketing Intelligence.	OB	V	6
Estrategias de Marketing Digital.	OB	V	6
Gestión de la Experiencia de Cliente.	OB	V	6
Métricas y analíticas en el Marketing Digital/Digital Marketing Metrics and Analytics.	OB	V	3
Marketing Industrial.	OB	VI	4,5
Comercio Electrónico/E-commerce.	OB	VI	4,5
Neuromarketing.	OB	VI	4,5
Gestión intercultural/Cross Cultural Management.	OB	VI	4,5
Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy.	OB	VI	4,5
Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing.	OB	VI	4,5
Ética.	OB	VI	3
Total.			60

Asignatura	Tipo (FB/OB/OP/TFG/PE)	Semestre	ECTS
Cuarto			
Dirección Estratégica.	OB	VII	6
Plan de Marketing Integrado.	OB	VII	6
Marketing internacional/International Marketing and Trade.	OB	VII	6
Optativa 1.	OP	VII	4,5
Optativa 2.	OP	VII	4,5
Simulador de Marketing.	OB	VII	3
Optativa 3.	OP	VIII	6
Prácticas Académicas Externas.	OB	VIII	18
Trabajo Fin de Grado.	OB	VIII	6
Total.			60

(FB: Formación básica; OB: Obligatoria; OP: Optativa; TFG: Trabajo Fin de Grado; PE: Prácticas Académicas Externas).

Itinerarios optativos / Asignaturas optativas

	Asignatura	Semestre	ECTS
Itinerario optativo 1 (Dirección de Marketing)*.	Marketing Promocional.	VII	4,5
	Marketing Sectorial.	VII	4,5
	Marketing Turístico.	VII	4,5
Itinerario optativo 2 (Dirección de Marketing)*.	Marketing en redes sociales/Social Media Marketing.	VII	4,5
	Diseño de interfaces de usuario/User interface design.	VII	4,5
	Nuevas tecnologías aplicadas al marketing y la Economía Digital/New technologies applied to marketing and the Digital Economy.	VII	4,5
Itinerario optativo 3 (Dirección de Empresas)*.	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales.	VIII	6
	Creatividad e innovación en Entornos Digitales.	VIII	6
	Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC.	VIII	6

* El alumnado cursa una asignatura de cada módulo optativo hasta un total de 15 ECTS.