

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

7550 *Resolución de 18 de febrero de 2026, de la Universidad Rey Juan Carlos, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Dirección de Marketing Internacional.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Fundación madri+d y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros, de 19 de enero de 2018 (publicado en el BOE de 5 de febrero de 2018), por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 24 de enero de 2018. Modificado el plan de estudios, con informe favorable de la Fundación madri+d, 18 de julio de 2025,

Este Rectorado, de conformidad en 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 la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de estudios de Máster Universitario en Dirección de Marketing Internacional.

El plan de estudios (4. Planificación de las enseñanzas, según con lo dispuesto en los artículos 27, 30 y 32 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre) quedará estructurado conforme al anexo de la presente resolución.

Móstoles, 18 de febrero de 2026.–El Rector, Abraham Duarte Muñoz.

ANEXO

5.1 Estructura de las enseñanzas

Tabla 1.1: Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos
Obligatorios.	48
Optativos.	6
Trabajo fin de Máster.	6
Créditos totales.	60

Itinerario formativo de la enseñanza

Semestre	Asignatura	Carácter	Créditos
1	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING INTERNACIONAL: CLAVES DE LA COMPETENCIA Y EL ÉXITO EN MERCADOS GLOBALES.	OB	6
1	DESARROLLO DEL PROFESIONAL DEL MARKETING EN UN ENTORNO GLOBAL.	OB	6
1	MERCADOS GLOBALES: INVESTIGACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR.	OB	6
1	CREACIÓN DE VALOR EN MERCADOS INTERNACIONALES.	OB	6
1	GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING INTERNACIONAL.	OB	6
2	MARKETING DIGITAL EN ENTORNOS INTERNACIONALES.	OB	6

Semestre	Asignatura	Carácter	Créditos
2	ENTREGA DE VALOR AL CLIENTE INTERNACIONAL.	OB	6
2	ESTRATEGIAS DE VENTA Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONALES.	OB	6
2	OPTATIVA 1.	OP	6
2	TRABAJO FIN DE MÁSTER.	TFM	6

Asignaturas optativas

Asignatura	Créditos
INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN MARKETING.	6
PRÁCTICAS EN EMPRESAS.	6

Más información sobre el plan de estudios en la web de la Universidad Rey Juan Carlos www.urjc.es.