

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

14755 *Resolución de 25 de junio de 2026, de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing/Bachelor in Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Fundación madrid+d y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de junio de 2010 (publicado en el BOE de 26 de junio de 2010, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 10 de junio de 2010). Modificado el plan de estudios, con informe favorable de la Fundación madri+d, de 18 de junio de 2026,

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 Grado en Marketing/Bachelor in Marketing.

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, 25 de junio de 2026.–El Rector, Abraham Duarte Muñoz.

ANEXO

4.1 Estructura de las Enseñanzas.

Tabla 1.1 Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Tipo de materia	Créditos
Formación básica.	60
Obligatorios.	138
Optativos.	18
Prácticas académicas externas.	18
Trabajo fin de Grado.	6
Créditos totales.	240

Itinerario formativo de la enseñanza

Curso 1.º

Semestre	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Competencias y habilidades transversales.	FB	6
1	Introducción al marketing.	OB	6
1	Matemáticas aplicadas a la economía y la empresa.	FB	6
1	Historia económica.	FB	6

Semestre	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Introducción a la economía.	FB	6
2	Introducción al derecho.	FB	6
2	Estadística para la economía y la empresa.	FB	6
2	Teoría económica.	OB	6
2	Transformación digital para la economía y la empresa.	FB	6
2	Introducción a la empresa.	FB	6

Curso 2.º

Semestre	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Contabilidad financiera.	FB	6
1	Derecho mercantil. Marco legal aplicado al marketing.	OB	6
1	Sociología.	OB	6
1	Fundamentos de dirección estratégica.	OB	6
Anual	Idioma moderno.	FB	6
2	Métodos de decisión aplicados al marketing.	OB	4,5
2	Contabilidad analítica para la dirección comercial.	OB	4,5
2	Comportamiento del consumidor.	OB	6
2	Marketing, sistemas de información y automatización basada en datos.	OB	4,5
2	Marketing estratégico.	OB	4,5
2	Gestión estratégica de la comunicación integrada.	OB	6

Curso 3.º

Semestre	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Responsabilidad y marketing social corporativo.	OB	4,5
1	Finanzas aplicadas al marketing.	OB	4,5
1	Gestión de productos y marcas.	OB	6
1	Investigación de mercados I.	OB	4,5
1	Herramientas de marketing digital.	OB	6
1	Dirección de ventas.	OB	4,5
2	Marketing industrial y de servicios.	OB	4,5
2	Distribución, logística y comercio electrónico.	OB	6
2	Pricing y costes.	OB	6
2	Investigación de mercados II.	OB	4,5
2	Marketing relacional y gestión de clientes.	OB	4,5
2	Estrategias de marketing digital.	OB	6

Curso 4.º

Semestre	Asignatura	Tipología	Créditos
1	Marketing y promoción de eventos.	OB	4,5
1	Plan de marketing integrado.	OB	6
1	Reconocimiento académico de créditos.	OB	6
Anual	Prácticas académicas externas.	PAE	18
Anual	Trabajo fin de grado.	TFG	6
1	Optativa 1.	OP	4,5
1	Optativa 2.	OP	4,5
1	Optativa 3.	OP	4,5
1	Optativa 4.	OP	4,5

Optativas 4.º curso

Asignatura	Créditos
Data analytics.	4,5
Analíticas y métricas de marketing digital (online).	4,5
Marketing global e internacional y comercio exterior (online).	4,5
Marketing interno y marca personal.	4,5
Experiencia de cliente en entornos digitales (online).	4,5
Juego de empresas.	4,5
Humanidades digitales aplicadas al marketing.	4,5

Itinerario formativo de la enseñanza en modalidad Inglés

Course 1.º

SEM	Subject	Character	Credits
1	Power skills.	FB	6
1	Introduction to marketing.	OB	6
1	Mathematics applied to economics and business.	FB	6
1	Economic history.	FB	6
1	Introduction to economics.	FB	6
2	Introduction to law.	FB	6
2	Statistics for economics and business.	FB	6
2	Economic theory.	OB	6
2	Digital transformation for economics and business.	FB	6
2	Introduction to business.	FB	6

Course 2.º

SEM	Subject	Character	Credits
1	Financial accounting.	FB	6
1	Commercial law. Legal framework applied to marketing.	OB	6
1	Sociology.	OB	6
1	Fundamentals of strategic management.	OB	6
Annual	Modern language.	FB	6
2	Decision methods applied to marketing.	OB	4,5
2	Cost accounting for commercial management.	OB	4,5
2	Consumer behaviour.	OB	6
2	Marketing, information systems and data-driven automatization.	OB	4,5
2	Strategic marketing.	OB	4,5
2	Strategic management of integrated communication.	OB	6

Course 3.º

SEM	Subject	Character	Credits
1	Responsibility and corporate social marketing.	OB	4,5
1	Finance applied to marketing.	OB	4,5
1	Product and brand management.	OB	6
1	Market research I.	OB	4,5
1	Tools for digital marketing.	OB	6
1	Sales management.	OB	4,5
2	Industrial and services marketing.	OB	4,5
2	Distribution, logistics, and e-commerce.	OB	6
2	Pricing and costs.	OB	6
2	Market research II.	OB	4,5
2	Relational marketing and customer management.	OB	4,5
2	Strategies of digital marketing.	OB	6

Course 4.º

SEM	Subject	Character	Credits
1	Marketing and events promotion.	OB	4,5
1	Integrated marketing plan.	OB	4,5
1	Academic recognition of credits.	OB	6
Annual	Internship.	OB	4,5
Annual	End of degree thesis.	OB	6

SEM	Subject	Character	Credits
1	Optional 1.	OP	4,5
1	Optional 2.	OP	4,5
1	Optional 3.	OP	4,5
1	Optional 4.	OP	4,5

Optional subjects

Subject	Credits
Data analytics.	4,5
Analytics and metrics of digital marketing (online).	4,5
Global and international marketing and foreign trade (online).	4,5
Internal marketing and personal branding.	4,5
Customer experience in digital environments (online).	4,5
Corporate game.	4,5
Digital humanities applied to marketing.	4,5

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