

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

- 3091** *Resolución de 4 de marzo de 2015, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing y Comercialización Internacional.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de abril de 2014 (publicado en el «BOE» del 28, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 10 de abril de 2014),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing y Comercialización Internacional por la Universidad Internacional de La Rioja.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño, 4 de marzo de 2015.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO**Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Marketing y Comercialización Internacional por la Universidad Internacional de La Rioja**

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

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

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatorias	126
Optativas	36
Prácticas Externas	12
Trabajo Fin de Grado	6
Total	240

Las asignaturas de los itinerarios son de carácter optativo, pero obligatorias dentro del itinerario correspondiente.

2. Créditos de Formación Básica. Distribución en materias.

Rama de conocimiento	Materia (RD 1393/2007, de 29 de octubre)	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Derecho.	Derecho Mercantil y de Sociedades.	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Empresa.	Introducción a la Administración de Empresas. . .	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.		Introducción a la Contabilidad.	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.		Contabilidad de Gestión.	6	2.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.		Control de Gestión	6	2.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Estadística.	Matemáticas Financieras.	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.		Estadística Descriptiva.	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Comunicación.	Comunicación Personal y Organizacional.	6	1.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Psicología.	Nuevos Comportamientos del Consumidor	6	2.º
Ciencias Sociales y Jurídicas.	Sociología.	Sociología.	6	1.º

3. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

Módulo	Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Módulo I. Formación Básica.	Derecho.	Derecho Mercantil y de Sociedades.	6	B
	Empresa y Contabilidad.	Introducción a la Contabilidad.	6	B
		Contabilidad de Gestión.	6	B
		Control de Gestión.	6	B
		Introducción a la Administración de Empresas.	6	B
	M a t e m á t i c a s y Estadística.	Matemáticas Financieras.	6	B
		Estadística Descriptiva.	6	B
Comunicación.	Comunicación Personal y Organizacional.	6	B	
Psicología.	Nuevos Comportamientos del Consumidor.	6	B	
Sociología.	Sociología.	6	B	
Módulo II. Formación obligatoria.	Mercadotecnia Estratégica y Operativa.	Marketing Basis, Marketing Management.	6	OB
		Comunicación y Publicidad. Convencional y no convencional.	6	OB
		Comunicación Below the Line.	6	OB
		Branding y Desarrollo de Producto.	6	OB
		Distribución y Redes Comerciales Internacionales. . .	6	OB
		Planificación Estratégica y de Marketing Internacional.	6	OB
		Marketing Digital Internacional.	6	OB
		E-commerce Internacional.	6	OB
	Lengua Extranjera.	Idioma Inglés I.	6	OB
		Idioma Inglés II.	6	OB
	Dirección de Equipos.	Dirección de Equipos.	6	OB
	Técnicas de Investigación de Mercados.	Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados.	6	OB
		Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados.	6	OB
	Informática Aplicada.	Informática Aplicada al Marketing.	6	OB
		Tecnología Digital y Sistemas Informáticos Comerciales.	6	OB
	Dirección Comercial y Distribución.	Introducción a la Gestión Comercial.	6	OB
		Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional.	6	OB
Desarrollo y Dinamización de Equipos y Comerciales Internacionales.		6	OB	
Gestión Internacional de la Empresa.	Gestión Internacional de la Empresa.	6	OB	
	Financiación Internacional.	6	OB	
	Gestión de Operaciones Internacionales.	6	OB	

Módulo	Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Módulo III. Formación optativa	Marketing Internacional Sectorial.	Marketing Internacional Gran Consumo y Alimentación..	6	OP
		Marketing Internacional Industrial.	6	OP
		Marketing Internacional en Empresas de Servicios.	6	OP
		Marketing Internacional Sector Turístico.	6	OP
		Planes de Negocio y Emprendimiento Internacional.	6	OP
		Aspectos Legales para la Internalización Digital.	6	OP
		Culture, Society and Trends in World Markets.	6	OP
	Marketing Digital Internacional.	Marketing Mobile en Mercados Internacionales.	6	OP
		International Community Management.	6	OP
		Publicidad Internacional on line en Display.	6	OP
		Publicidad Search Internacional; Marketing en buscadores y posicionamiento natural: SEM y SEO.	6	OP
		Analítica Web Internacional.	6	OP
		Aspectos Legales para la Internacionalización Digital.	6	OP
		Culture, Society and Trends in World Markets.	6	OP
Módulo IV. Prácticas de empresa y trabajo fin de grado.	Prácticas Externas.	Prácticas I.	6	PE
		Prácticas II.	6	PE
	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6	TFG

Menciones:

De los 36 ETCS optativos, 30 corresponden a asignaturas obligatorias según mención y 6 a una asignatura transversal a ambas menciones.

Mención	asignaturas necesarias para la mención	Créditos
Mención en Marketing Internacional Sectorial (30 ETCS).	Marketing Internacional Gran Consumo y Alimentación..	6
	Marketing Internacional Industrial.	6
	Marketing Internacional en Empresas de Servicios.	6
	Marketing Internacional Sector Turístico.	6
	Planes de Negocio y Emprendimiento Internacional.	6
Mención en Marketing Digital Internacional (30 ETCS).	Marketing Mobile en Mercados Internacionales.	6
	International Community Management.	6
	Publicidad Internacional on line en Display.	6
	Publicidad Search Internacional; Marketing en buscadores y posicionamiento natural: SEM y SEO.	6
Asignaturas optativas transversales a ambas menciones (cursar 6 ETCS de entre los 12 ofertados).	Analítica Web Internacional.	6
	Aspectos Legales para la Internacionalización Digital.	6
	Culture, Society and Trends in World Markets.	6