

### III.Otras disposiciones y actos

#### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

*Resolución de 6 de abril de 2017, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado en Marketing y Comercialización Internacional*

201805040062979

III.1405

Una vez recibido informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación a la modificación del plan de estudios ya verificado, por no afectar esta a la naturaleza ni a los objetivos del título inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos, este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 26 y 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado 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 a 6 de abril de 2017.-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 ECTS |
|---------------------------|---------------|
| Formación Básica.....     | 60            |
| Obligatorias.....         | 126           |
| Optativas.....            | 36            |
| Prácticas Externas.....   | 12            |
| Trabajo Fin de Grado..... | 6             |
| <b>Total.....</b>         | <b>240</b>    |

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    | 1º    |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | Empresa                                  | Introducción a la Administración de Empresas | 6    | 1º    |
|                               |  | Introducción a la Contabilidad               | 6    | 1º    |
|                               |  | Contabilidad de Gestión                      | 6    | 2º    |
|                               |  | Control de Gestión                           | 6    | 2º    |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | Estadística                              | Matemáticas Financieras                      | 6    | 1º    |
|                               |  | Estadística Descriptiva                      | 6    | 1º    |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | Comunicación                             | Comunicación Personal y Organizacional       | 6    | 1º    |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | Psicología                               | Nuevos Comportamientos del Consumidor        | 6    | 2º    |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | Sociología                               | Sociología                                   | 6    | 1º    |

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

| Materias | Asignaturas                       | Créditos ECTS | Carácter |
|----------|-----------------------------------|---------------|----------|
| Derecho  | Derecho Mercantil y de Sociedades | 6             | B        |

|                                       |  |   |    |
|---------------------------------------|--|---|----|
| Empresa                               | Introducción a la Administración de Empresas                       | 6 | B  |
|                                       | Introducción a la Contabilidad                                     | 6 | B  |
|                                       | Contabilidad de Gestión  | 6 | B  |
|                                       | Control de Gestión   | 6 | B  |
| Matemáticas 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  |
| Marketing Estratégico y su Operativa  | Fundamentos de Marketing   | 6 | OB |
|                                       | Comunicación y Publicidad. Convencional y No Convencional          | 6 | OB |
|                                       | Comunicaciones de Marketing Integradas                             | 6 | OB |
|                                       | <i>Branding</i> 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 |
|                                       | Comercio Electrónico 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 Dirección Comercial                              | 6 | OB |
|                                       | Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional           | 6 | OB |
|                                       | Desarrollo y Dinamización del Departamento Comercial Internacional | 6 | OB |

|                                     |  |   |     |
|-------------------------------------|--|---|-----|
| Gestión Internacional de la Empresa | Gestión Internacional de la Empresa                        | 6 | OB  |
|                                     | Financiación Internacional                                 | 6 | OB  |
|                                     | Gestión de Operaciones Internacionales                     | 6 | OB  |
| Optativa                            | Aspectos Legales para la Internacionalización Digital      | 6 | OP  |
|                                     | Cultura, Sociedad y Tendencias en Mercados Internacionales | 6 | OP  |
| Prácticas Externas                  | Prácticas I  | 6 | PE  |
|                                     | Prácticas II   | 6 | PE  |
| Trabajo Fin de Grado                | Trabajo Fin de Grado                                       | 6 | TFG |

## Menciones

Los estudiantes pueden obtener las siguientes menciones cursando créditos optativos:

| Mención                           | Asignaturas Optativas<br>(Obligatorias de Mención)  | Créditos<br>ECTS |
|-----------------------------------|---|------------------|
| Marketing Internacional Sectorial | Marketing Internacional en el Sector de 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                |
| Marketing Digital Internacional   | Marketing Móvil en Mercados Internacionales   | 6                |
|                                   | Gestión Internacional de Comunidades Virtuales y Redes Sociales                           | 6                |
|                                   | Publicidad Internacional Online Display   | 6                |
|                                   | Publicidad <i>Search Internacional</i> en Buscadores y Posicionamiento Natural: SEM y SEO | 6                |
|                                   | Analítica Web Internacional   | 6                |

El Grado en Marketing y Comercialización Internacional tiene dos menciones, cada una de ellas se compone de 36 créditos ECTS. El estudiante puede optar por una de las menciones para poder finalizar el Grado o bien obtener el título sin mención cursando 36 créditos optativos a su libre elección de los ofertados en las menciones y en la Materia Optativa. UNIR ofertará cada curso académico todas las asignaturas optativas verificadas en la titulación, pero se reservará el derecho de matriculación solo en caso de contar con más de quince alumnos por asignatura.

Si el estudiante escoge finalizar la titulación con una mención, tendrá que cursar las cinco asignaturas optativas, obligatorias en función de la mención elegida, y una de las dos asignaturas optativas transversales a las dos menciones.