

I. COMUNIDAD DE MADRID

C) Otras Disposiciones

Universidad Rey Juan Carlos

- 27** *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 madrid+d y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 19 de enero de 2018 (publicado en el “Boletín Oficial del Estado” 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, de 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, a 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	CARACTER	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
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.uric.es

(03/6.823/26)

