

## I. COMUNIDAD DE MADRID

### C) Otras Disposiciones

#### Universidad Rey Juan Carlos

- 30** *RESOLUCIÓN de 24 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 madri+d y declarado el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 4 de junio de 2010 (publicado en el “Boletín Oficial del Estado” 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, a 24 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 1º |                                                      |           |          |
|----------|------------------------------------------------------|-----------|----------|
| 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        |
| 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 2º |                                                                     |           |          |
|----------|---------------------------------------------------------------------|-----------|----------|
| 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 3º |                                                |           |          |
|----------|------------------------------------------------|-----------|----------|
| 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 4º |                                      |           |          |
|----------|--------------------------------------|-----------|----------|
| 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 4º CURSO

| ASIGNATURA                                                    | CREDITOS |
|---------------------------------------------------------------|----------|
| 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 1º |                                                   |           |         |
|-----------|---------------------------------------------------|-----------|---------|
| 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 2º |                                                               |           |         |
|-----------|---------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| 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       |
| Anual     | 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 3º |                                               |           |         |
|-----------|-----------------------------------------------|-----------|---------|
| 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 4º |                                 |           |         |
|-----------|---------------------------------|-----------|---------|
| 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       |
| 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](http://www.urjc.es)

(03/11.718/26)

