

TERCER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Contabilidad de Gestión	1	OB	6
Gestión Presupuestaria	1	OB	6
Gestión Tributaria	1	OB	6
Operaciones Financieras en el Sector Público	1	OB	6
Relaciones Laborales en la Administración Pública	1	OB	6
Auditoría Pública	2	OB	6
Estructura Económica	2	OB	6
Ética y Responsabilidad Social de las Organizaciones Públicas	2	OB	6
Gestión de Recursos Humanos	2	OB	6
Sistema e Instituciones Internacionales y Europeas	2	OB	6
CUARTO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Hacienda Pública Territorial	1	OB	6
Análisis de Políticas Públicas	1	OB	6
Optativa I (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	1	OP	6
Optativa II (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	1	OP	6
Optativa III ó Prácticas Externas 1 (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	1	OP	6
Trabajo Fin de Grado	2	TFG	12
Optativa IV (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
Optativa V (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
Optativa VI o Prácticas Externas 2 (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6

Relación de Asignaturas y Actividades Optativas		
Asignaturas	Semestre	ECTS
Administración Electrónica	1	6
Administración y Dirección de Servicios Públicos	2	6
Cooperación al Desarrollo	2	6
Creación de Empresas	1	6
Economía de los Servicios Públicos	2	6
Historia de las Administraciones Públicas	1	6
Historia Económica	1	6
Marketing Público	1	6
Políticas Autonómicas y Locales	2	6
Políticas de Igualdad	2	6
Políticas Medioambientales	2	6
Políticas Sociales Públicas	1	6
Prácticas Externas 1	1	6
Prácticas Externas 2	2	6

Organización de la optatividad del Plan de Estudios:

Los estudiantes deben obtener, a lo largo de sus estudios, un total de 36 créditos optativos. Si optan por realizar las prácticas externas (12 créditos, seis en cada semestre del cuarto curso), habrán de obtener, además, 24 créditos cursando y superando cuatro asignaturas optativas de entre las ofertadas, dos en cada uno de los semestres del cuarto curso. Si optan por no realizar las prácticas externas habrán de obtener los 36 créditos cursando y superando seis asignaturas optativas de entre las ofertadas, tres en cada uno de los semestres del cuarto curso.

RESOLUCIÓN de 12 de marzo de 2012, de la Universidad de Málaga, por la que se ordena la publicación del Plan de Estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del Título Universitario Oficial de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga.

Habiendo obtenido el Plan de Estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del Título Universitario Oficial de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga resolución de verificación positiva del Consejo de Universidades, previo informe

favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y una vez establecido el carácter oficial del citado Título y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado en el Boletín Oficial del Estado número 273, del día 11 de noviembre de 2010), este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y 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, de 12 de abril, resuelve ordenar la publicación del referido Plan de Estudios que quedará estructurado según se hace constar en el Anexo de esta Resolución.

Málaga, 12 de marzo de 2012. La Rectora, Adelaida de la Calle Martín.

A N E X O

PLAN DE ESTUDIOS DE LAS ENSEÑANZAS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO OFICIAL DE GRADUADO O GRADUADA EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (VINCULADO A LA RAMA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS)

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA	
TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación Básica (BA)	60
Obligatorias (OB)	126
Optativas (OP)	48
Prácticas Externas Obligatorias (PE)	0
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
TOTAL	240

ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS POR MÓDULOS Y MATERIAS			
Módulo de Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales (60 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Derecho (6 créditos)	Introducción al Derecho	6	BA
Economía (12 créditos)	Introducción a la Economía	6	BA
	Microeconomía	6	BA
Empresa (24 créditos)	Matemáticas de las Operaciones Financieras	6	BA
	Fundamentos de Marketing	6	BA
	Contabilidad	6	BA
	Fundamentos de Administración de Empresas	6	BA
Estadística (6 créditos)	Estadística I	6	BA
Historia (6 créditos)	Historia Económica	6	BA
Matemáticas (6 créditos)	Matemáticas para la Economía y la Empresa	6	BA
Módulo de Ampliación en Economía y Estadística (12 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Economía (6 créditos)	Macroeconomía	6	OB
Estadística (6 créditos)	Estadística II	6	OB
Módulo de Métodos Cuantitativos (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Estadística (6 créditos)	Estadística Multivariante	6	OB
Módulo de Organización de Empresas (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Organización de Empresas (6 créditos)	Administración de Organizaciones	6	OB
Módulo de Dirección Comercial (12 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Gestión de Producto y Precio (6 créditos)	Gestión de Producto y Precio	6	OB
Marketing Estratégico (6 créditos)	Marketing Estratégico y Planificación Comercial	6	OB
Módulo de Análisis e Investigación de Mercados (18 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Comportamiento del Consumidor (6 créditos)	Comportamiento del Consumidor	6	OB
Investigación de Mercados (12 créditos)	Investigación de Mercados I	6	OB
	Investigación de Mercados II	6	OB

Módulo de Marketing Sectorial (12 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Marketing de Servicios (6 créditos)	Marketing de Servicios	6	OB
Marketing Internacional (6 créditos)	Marketing Internacional	6	OB
Módulo de Comunicación Integrada de Marketing (12 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación Comercial (12 créditos)	Comunicación Comercial I	6	OB
	Comunicación Comercial II	6	OB
Módulo de Distribución Comercial (12 Créditos)			
Materia	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Distribución Comercial (12 créditos)	Distribución Comercial	6	OB
	Dirección de Ventas	6	OB
Módulo de Ampliación en Empresa (30 Créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Contabilidad (6 créditos)	Contabilidad de Gestión	6	OB
Derecho Mercantil (6 créditos)	Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad	6	OB
Estructura Económica (6 créditos)	Estructura del Comercio Internacional	6	OB
Finanzas (6 créditos)	Finanzas Aplicadas al Marketing	6	OB
Organización de Empresas (6 créditos)	Dirección de Recursos Humanos	6	OB
Módulo de Proyección Profesional (24 Créditos, de los que los estudiantes deben realizar, necesariamente, 12 correspondientes a las asignaturas obligatorias y 12 más si eligen realizar las Prácticas en Empresas)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Organización de Empresas (6 créditos)	Creación de Empresas	6	OB
Prácticas en Empresas (12 créditos)	Prácticas en Empresas	12	OP
Trabajo Fin de Grado (6 créditos)	Trabajo Fin de Grado	6	OB
Módulo de Formación Complementaria (90 Créditos, de los que los estudiantes deben elegir, al menos 36 o 48 si no eligen realizar Prácticas en Empresas)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Derecho Civil (6 créditos)	Derecho de Consumidores	6	OP
Derecho Mercantil (6 créditos)	Derecho de Sociedades Mercantiles	6	OP
Distribución Comercial (12 créditos)	Comercio Electrónico	6	OP
	Merchandising	6	OP
Estadística (6 créditos)	Econometría	6	OP
Informática (6 créditos)	Informática Aplicada a la Gestión Comercial	6	OP
Inglés (6 créditos)	Inglés Aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado	6	OP
Marketing Turístico (6 créditos)	Marketing Turístico	6	OP
Matemáticas (6 créditos)	Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial	6	OP
Organización de Empresas (18 créditos)	Dirección de la Producción y las Operaciones	6	OP
	Dirección Estratégica	6	OP
	Gestión del Conocimiento	6	OP
Psicología (12 créditos)	Investigación Cualitativa	6	OP
	Psicología Económica y del Consumidor	6	OP
Publicidad (6 créditos)	Creatividad Publicitaria	6	OP

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS			
PRIMER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Fundamentos de Marketing	1	BA	6
Historia Económica	1	BA	6
Introducción a la Economía	1	BA	6
Introducción al Derecho	1	BA	6
Matemáticas para la Economía y la Empresa	1	BA	6
Comportamiento del Consumidor	2	OB	6
Contabilidad	2	BA	6
Estadística I	2	BA	6
Fundamentos de Administración de Empresas	2	BA	6
Marketing Estratégico y Planificación Comercial	2	OB	6
SEGUNDO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Administración de Organizaciones	1	OB	6
Estadística II	1	OB	6
Gestión de Producto y Precio	1	OB	6
Matemáticas de las Operaciones Financieras	1	BA	6
Microeconomía	1	BA	6
Distribución Comercial	2	OB	6
Finanzas Aplicadas al Marketing	2	OB	6
Investigación de Mercados I	2	OB	6
Macroeconomía	2	OB	6
Régimen Jurídico de la Propiedad Industrial y la Publicidad	2	OB	6
TERCER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Comunicación Comercial I	1	OB	6
Contabilidad de Gestión	1	OB	6
Dirección de Recursos Humanos	1	OB	6
Dirección de Ventas	1	OB	6
Estadística Multivariante	1	OB	6
Creación de Empresas	2	OB	6
Estructura del Comercio Internacional	2	OB	6
Investigación de Mercados II	2	OB	6
Optativa I (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
Optativa II (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
CUARTO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Comunicación Comercial II	1	OB	6
Marketing de Servicios	1	OB	6
Marketing Internacional	1	OB	6
Optativa III (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	1	OP	6
Optativa IV (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	1	OP	6
Trabajo Fin de Grado	2	TFG	6
Optativa V (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
Optativa VI (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	6
Prácticas en Empresas u optativas VII y VIII (ver relación de asignaturas y actividades optativas)	2	OP	12

Relación de Asignaturas y Actividades Optativas		
Asignaturas	Semestre	ECTS
Comercio Electrónico	2	6
Creatividad Publicitaria	1	6
Derecho de Consumidores	2	6
Derecho de Sociedades Mercantiles	1	6
Dirección de la Producción y las Operaciones	2	6
Dirección Estratégica	1	6
Econometría	2	6
Gestión del Conocimiento	2	6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	1	6
Inglés Aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado	2	6
Investigación Cualitativa	2	6
Marketing Turístico	1	6
Matemáticas Aplicadas a la Distribución Comercial	1	6
Merchandising	2	6
Psicología Económica y del Consumidor	2	6
Prácticas en Empresas	2	12

Organización de la optatividad del Plan de Estudios:

Los estudiantes deben obtener, a lo largo de sus estudios, un total de 48 créditos optativos. Si optan por realizar las Prácticas en Empresas (12 créditos, en el segundo semestre de cuarto curso), habrán de obtener, además, 36 créditos cursando y superando seis asignaturas optativas de entre las ofertadas, dos en el segundo semestre de tercer

curso y dos en cada uno de los semestres de cuarto curso. Si optan por no realizar las Prácticas en Empresas habrán de obtener los 48 créditos cursando y superando ocho asignaturas optativas de entre las ofertadas, dos en el segundo semestre de tercer curso, dos en el primer semestre de cuarto curso y cuatro en el segundo semestres de cuarto curso.