

3. Otras disposiciones

UNIVERSIDADES

RESOLUCIÓN de 21 de julio de 2015, de la Universidad de Granada, por la que se hace público el Plan de Estudios de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada.

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del título por acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado en el BOE de 11 de noviembre de 2010), este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 26 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, en la nueva redacción dada por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha resuelto publicar el Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada, que quedará estructurado según se hace constar en el Anexo de esta Resolución.

Granada, 21 de julio de 2015.- La Rectora, Pilar Aranda Ramírez.

A N E X O

PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE GRADUADO O GRADUADA EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Centros de impartición: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Curso de implantación: 2010/2011.

1. Distribución del Plan de Estudios por tipo de materia en créditos ECTS:

Carácter de la Materia	ECTS
Formación Básica	72
Obligatorias	120
Optativas	42
Prácticas Externas	---
Trabajo Fin de Grado	6
CRÉDITOS TOTALES	240

2. Distribución de los créditos de formación básica del Plan de Estudios:

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	ECTS	CURSO
Formación Básica	Historia	Historia del Desarrollo Económico Mundial Contemporáneo	6	1
	Derecho	Introducción al Derecho	6	1
	Estadística	Técnicas Cuantitativas I	6	2
		Técnicas Cuantitativas II	6	2
	Matemáticas	Matemáticas	6	1
	Empresa	Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas	6	1
		Introducción al Marketing	6	1
		Introducción a las Operaciones Financieras	6	1
		Contabilidad General	6	1
	Economía	Economía Política	6	1
		Microeconomía	6	1
Macroeconomía		6	2	

3. Estructura del Plan de Estudios:

MÓDULO	MATERIA	CARÁCTER	ECTS	CURSO
Formación Básica	Historia	Básico	6	1
	Introducción al Derecho	Básico	6	1
	Estadística	Básico	12	2
	Matemáticas	Básico	6	1
	Empresa	Básico	24	1
	Economía	Básico	18	1 y 2
Métodos Cuantitativos	Econometría	Obligatorio	6	3
	Técnicas Cuantitativas III	Obligatorio	6	3
Organización de Empresas	Dirección y Administración de Empresas	Obligatorio	6	2
Dirección Comercial	Dirección Comercial I	Obligatorio	6	1
	Dirección Comercial II	Obligatorio	6	2
Análisis e Investigación de Mercados	Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	6	2
	Investigación de Mercados I	Obligatorio	6	2
	Investigación de Mercados II	Obligatorio	6	3
Marketing Sectorial	Marketing Sectorial	Obligatorio	6	3
	Marketing Social y Político	Obligatorio	6	4
Comunicación Integrada de Marketing	Comunicación Integrada de Marketing I	Obligatorio	6	2
	Comunicación Integrada de Marketing II	Obligatorio	6	3
Distribución Comercial	Distribución Comercial I	Obligatorio	6	2
	Distribución Comercial II	Obligatorio	6	3
Dirección e Investigación Internacional	Investigación de Mercados III	Obligatorio	6	3
	Marketing Internacional	Obligatorio	6	3
Economía Internacional	Comercio Exterior	Obligatorio	6	3
	Economía Española y Mundial	Obligatorio	6	2
Dirección de las Relaciones y Ventas	Dirección de Ventas	Obligatorio	6	3
	Logística y Merchandising	Optativo	6	4
Dirección de la Innovación y de la Comunicación	Planificación de Medios y Soportes	Optativo	6	4
	Desarrollo de Nuevos Productos	Optativo	6	4
Extensiones del Marketing	Marketing Cultural y Turístico	Optativo	6	4
	Marketing Electrónico	Optativo	6	4
Análisis Estadístico	Análisis de Datos Cualitativos	Optativo	6	4
	Técnicas Estadísticas Multivariantes	Optativo	6	4
Gestión Empresarial	Gestión Medioambiental y de la Calidad Empresarial	Optativo	6	4
	Información Contable para la Gestión	Optativo	6	4
Sociología y Derecho Mercantil	Sociología del Consumo	Optativo	6	4
	Régimen Jurídico del Mercado	Optativo	6	4
Soporte Informático para la Empresa	Informática Aplicada a la Gestión Comercial	Optativo	6	4
	Sistemas Informáticos de Soporte a la Colaboración y la Decisión	Optativo	6	4
Historia de la Actividad Comercial y del Marketing	Historia de la Actividad Comercial y del Marketing	Optativo	6	4
Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	Optativo	6	4
Proyección Profesional	Creación de Empresas	Obligatorio	6	4
	Prácticas Externas	Optativo	12	4
	Trabajo Fin de Grado	Obligatorio	6	4

- En virtud de los Acuerdos adoptados por la Comisión Académica del Consejo Andaluz de Universidades, sobre contenidos comunes mínimos de las Enseñanzas de Grado, así como de la Circular de 10 de junio de 2010, de la Dirección General de Universidades de la Junta de Andalucía, los estudiantes que cursen este Grado deberán acreditar, antes de la obtención del título, la competencia lingüística en una lengua extranjera de nivel B1 o superior, conforme al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

- Reconocimiento de créditos: Según el artículo 12.8 del R.D. 1393/2007, en su nueva redacción dada por el Real Decreto 861/2010, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Por Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, de 21 de octubre de 2010, para dichas actividades se podrán reconocer hasta 12 ECTS en la componente de optatividad.

- Según Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, de 25 de julio de 2008, con el objeto de favorecer la transversalidad entre distintos planes y que el estudiante participe en el diseño de su formación, podrá cursar la optatividad de entre la oferta de optativas de la propia titulación o elegir módulos completos de otras titulaciones que se oferten en la Universidad de Granada.