

3. Otras disposiciones

UNIVERSIDADES

Resolución de 24 de junio de 2024, de la Universidad de Málaga, por la que se publica la modificación 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.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, y en el artículo 27 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, una vez establecido el carácter oficial del título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga, y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo de Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 11 de noviembre de 2010), mediante Resolución de esta Universidad fechada a 12 de marzo de 2012 se ordenó la publicación del Plan de estudios conducente a la obtención de las referidas enseñanzas en el Boletín Oficial del Estado y en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Habiéndose tramitado modificaciones en el citado plan de estudios, y una vez obtenido el 2 de mayo de 2024 el preceptivo informe favorable de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía, este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, resuelve ordenar la publicación de la modificación del Plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga, que queda estructurado según se hace constar en el anexo a esta resolución.

Málaga, 24 de junio de 2024.- El Rector, Juan Teodomiro López Navarrete.

ANEXO**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**

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA	
TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación Básica (BA)	60
Obligatorias (OB)	120
Optativas (OP)	54
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 (60 créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Formación Básica - Fundamentos de marketing	Fundamentos de Marketing	6	BA
Formación Básica - Historia Económica del Comercio	Historia Económica del Comercio	6	BA
Formación Básica - Introducción al Derecho	Introducción al Derecho	6	BA
Formación Básica - Matemáticas para la Economía y la Empresa	Matemáticas para la Economía y la Empresa	6	BA
Formación Básica - Análisis Económico I	Análisis Económico I	6	BA
Formación Básica - Fundamentos de Contabilidad	Fundamentos de Contabilidad	6	BA
Formación Básica - Estadística I	Estadística I	6	BA
Formación Básica - Fundamentos de administración de Empresas	Fundamentos de administración de Empresas	6	BA
Formación Básica - Estadística II	Estadística II	6	BA
Formación Básica - Análisis Económico II	Análisis Económico II	6	BA
Módulo de Formación Obligatoria (120 créditos)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Formación Obligatoria - Comportamiento del Consumidor	Comportamiento del Consumidor	6	OB
Formación Obligatoria - Gestión de Producto y Branding	Gestión de Producto y Branding	6	OB
Formación Obligatoria - Gestión de Precios en el Marketing	Gestión de Precios en el Marketing	6	OB
Formación Obligatoria - Contabilidad de Gestión	Contabilidad de Gestión	6	OB
Formación Obligatoria - Dirección de Ventas	Dirección de Ventas	6	OB
Formación Obligatoria - Investigación de Mercados I	Investigación de Mercados I	6	OB
Formación Obligatoria - Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad	Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad	6	OB
Formación Obligatoria - Distribución Comercial	Distribución Comercial	6	OB
Formación Obligatoria - Marketing Digital	Marketing Digital	6	OB
Formación Obligatoria - Valoración Financiera en el Marketing	Valoración Financiera en el Marketing	6	OB
Formación Obligatoria - Comunicación Comercial	Comunicación Comercial	6	OB
Formación Obligatoria - Estadística Multivariante	Estadística Multivariante	6	OB

00304291

Formación Obligatoria - Social Media Marketing	Social Media Marketing	6	OB
Formación Obligatoria - Finanzas Aplicadas al Marketing	Finanzas Aplicadas al Marketing	6	OB
Formación Obligatoria - Informática Aplicada a la Gestión del Marketing	Informática Aplicada a la Gestión del Marketing	6	OB
Formación Obligatoria - Emprendimiento e Innovación	Emprendimiento e Innovación	6	OB
Formación Obligatoria - Marketing Estratégico y Planificación Comercial	Marketing Estratégico y Planificación Comercial	6	OB
Formación Obligatoria - Analítica Digital	Analítica Digital	6	OB
Formación Obligatoria - Investigación de Mercados II	Investigación de Mercados II	6	OB
Formación Obligatoria - Planificación y Gestión Publicitaria	Planificación y Gestión Publicitaria	6	OB
Módulo de Optativas (150 créditos, de los que el estudiantado deberá superar, al menos, 54)			
Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Comercio Electrónico	Comercio Electrónico	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Geomarketing	Geomarketing	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Merchandising	Merchandising	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución	Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Economía del Comportamiento	Economía del Comportamiento	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Investigación Cualitativa	Investigación Cualitativa	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Marketing Intelligence	Marketing Intelligence	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Psicología Económica y del Consumidor	Psicología Económica y del Consumidor	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Creatividad Publicitaria	Creatividad Publicitaria	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Diseño Gráfico para el Marketing	Diseño Gráfico para el Marketing	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Marketing de Contenidos	Marketing de Contenidos	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Comunicación Corporativa	Comunicación Corporativa	6	OP
Optativas - Marketing Internacional	Marketing Internacional	6	OP
Optativas - Marketing Turístico	Marketing Turístico	6	OP
Optativas - Análisis del Entorno y la Competencia	Análisis del Entorno y la Competencia	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Ciencia de Datos para el Marketing Digital	Ciencia de Datos para el Marketing Digital	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Investigación Experimental y Neuromarketing	Investigación Experimental y Neuromarketing	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros	Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Recursos Humanos y Experiencia de Compra	Recursos Humanos y Experiencia de Compra	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	6	OP

Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Imagen y Reputación Corporativa	Imagen y Reputación Corporativa	6	OP
Optativas - Sociología	Sociología	6	OP
Optativas - Econometría	Econometría	6	OP
Prácticas de Empresa - Prácticas de Empresa	Prácticas de Empresa	12	OP
Módulo de Trabajo Fin de Grado (6 Créditos)			
Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Trabajo de Fin de Grado	Trabajo de Fin de Grado	6	TFG

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS			
PRIMER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Fundamentos del Marketing	1	BA	6
Historia Económica del Comercio	1	BA	6
Introducción al Derecho	1	BA	6
Matemáticas para la Economía y la Empresa	1	BA	6
Análisis Económico I	1	BA	6
Comportamiento del Consumidor	2	OB	6
Fundamentos de Contabilidad	2	BA	6
Estadística I	2	BA	6
Fundamentos de Administración de Empresas	2	BA	6
Gestión de Producto y Branding	2	OB	6
SEGUNDO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Estadística II	1	BA	6
Gestión de Precios en el Marketing	1	OB	6
Contabilidad de Gestión	1	OB	6
Dirección de Ventas	1	OB	6
Investigación de Mercados I	1	OB	6
Análisis Económico II	2	BA	6
Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad	2	OB	6
Distribución Comercial	2	OB	6
Marketing Digital	2	OB	6
Valoración Financiera en el Marketing	2	OB	6
TERCER CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	1	OB	6
Comunicación Comercial	1	OB	6
Estadística Multivariante	1	OB	6
Social Media Marketing	1	OB	6
Finanzas Aplicadas al Marketing	1	OB	6
Emprendimiento e Innovación	2	OB	6
Marketing Estratégico y Planificación Comercial	2	OB	6
Analítica Digital	2	OB	6
Investigación de Mercados II	2	OB	6
Planificación y Gestión Publicitaria	2	OB	6

00304291

CUARTO CURSO			
Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Optativa I (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa II (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa III (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa IV (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa V (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa VI (ver relación de asignaturas optativas)	1	OP	6
Optativa VII (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
Optativa VIII (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
Optativa IX (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	6
Prácticas de Empresa (ver relación de asignaturas optativas)	2	OP	12
Trabajo Fin de Grado	2	TFG	6

RELACIÓN DE ASIGNATURAS OPTATIVAS		
Asignaturas	Semestre	ECTS
Comercio Electrónico	1	6
Geomarketing	1	6
Merchandising	1	6
Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución	1	6
Economía del Comportamiento	1	6
Investigación Cualitativa	1	6
Marketing Intelligence	1	6
Psicología Económica y del Consumidor	1	6
Creatividad Publicitaria	1	6
Diseño Gráfico para el Marketing	1	6
Marketing de Contenidos	1	6
Comunicación Corporativa	1	6
Marketing Internacional	1	6
Marketing Turístico	1	6
Análisis del Entorno y la Competencia	1	6
Ciencia de Datos para el Marketing Digital	2	6
Investigación Experimental y Neuromarketing	2	6
Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros	2	6
Recursos Humanos y Experiencia de Compra	2	6
Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	2	6
Imagen y Reputación Corporativa	2	6
Sociología	2	6
Econometría	2	6
Prácticas de Empresa	2	12

ACREDITACIÓN DE CONOCIMIENTO DE IDIOMAS PARA LA EXPEDICIÓN DEL TÍTULO:

Con carácter previo a la expedición del correspondiente título universitario oficial de Graduado/a, el estudiantado deberá acreditar el conocimiento de un segundo idioma, distinto del castellano y de las demás lenguas españolas cooficiales, en el nivel B1 correspondiente al "Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas". La citada acreditación deberá efectuarse de acuerdo con las previsiones del Convenio de Colaboración suscrito entre las Universidades de Andalucía para la acreditación de lenguas extranjeras, de fecha 2 de julio de 2011, y su posterior desarrollo.