

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

- 3323** *Resolución de 4 de febrero de 2011, de la Universidad de Granada, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.*

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 de 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 artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades; en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, 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, 4 de febrero de 2011.–El Rector, Francisco González Lodeiro.

ANEXO**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.
Centro 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
	Introducción al 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 Real Decreto 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.