

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

17255 *Resolución de 7 de octubre de 2011, de la Universidad de Almería, 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 positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 18 de octubre de 2010 en el «BOE» núm. 273 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 oficial de Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo I de la misma.

Almería, 7 de octubre de 2011.–El Rector, Pedro Roque Molina García.

ANEXO I**Plan de estudios conducente al título de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados**

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Curso de Implantación: 2010-2011.

Titulaciones que extingue: Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado («BOE» n.º 23 de 27 de enero de 2006).

Distribución general del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Carácter de Materia	Créditos ECTS
Formación básica (FB)	60
Obligatorias (OB)	156
Optativas (OP)	6
Prácticas Externas (PE)	12
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
Total	240

Estructura del Plan de Estudios Grado en Marketing e Investigación
de Mercados: Módulos y Materias

ECTS Módulo	Denominación Módulo	Denominación Materia	Carácter de la materia y rama del Anexo II RD1393/07	ECTS
60	Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales.	Derecho I.	Básica (Derecho).	6
		Economía I.	Básica (Economía).	12
		Empresa.	Básica (Empresa).	24
		Estadística I.	Básica (Estadística).	6
		Historia.	Básica (Historia).	6
		Matemáticas.	Básica (Matemáticas).	6
12	Ampliación en Economía y Estadística.	Economía II.	Obligatoria.	6
		Estadística II.	Obligatoria.	6
12	Ampliación en Derecho y Empresa.	Derecho II.	Obligatoria.	6
		Dirección de Empresas.	Obligatoria.	6
18	Dirección Comercial.	Ampliación de Dirección Comercial.	Obligatoria.	6
		Dirección Comercial.	Obligatoria.	12
36	Análisis e Investigación de Mercados.	Ampliación de Investigación de Mercados.	Obligatoria.	6
		Análisis del Consumidor.	Obligatoria.	6
		Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales.	Obligatoria.	6
		Entorno Económico.	Obligatoria.	6
		Investigación de Mercados.	Obligatoria.	12
18	Comunicación Integrada de Marketing.	Ampliación de Comunicación Integrada de Marketing.	Obligatoria.	6
		Comunicación Integrada de Marketing.	Obligatoria.	12
24	Distribución Comercial.	Ampliación de Distribución Comercial.	Obligatoria.	12
		Distribución Comercial.	Obligatoria.	12
12	Marketing Sectorial.	Marketing Sectorial.	Obligatoria.	12
12	Organización de Empresas.	Ampliación de Organización de Empresas.	Obligatoria.	6
		Organización de Empresas.	Obligatoria.	6
6	Métodos Cuantitativos.	Análisis Estadístico de Datos.	Obligatoria.	6
6	Optatividad.	Comercio Electrónico.	Optativa.	6
		Gestión de las Relaciones con los Clientes.	Optativa.	6
24	Proyección Profesional.	Creación de Empresas.	Obligatoria.	6
		Formación Práctica.	Obligatoria.	12
		Prácticas en Empresas.	Prácticas Externas.	12
		Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6

Estructura temporal por materias del Plan de Estudios Grado en Marketing
e Investigación de Mercados

Curso	Materias	Carácter de la materia	ECTS
1.º	Derecho I	FB	6
	Economía I	FB	12
	Empresa	FB	24
	Estadística I	FB	6
	Historia	FB	6
	Matemáticas	FB	6

Curso	Materias	Carácter de la materia	ECTS
2.º	Economía II	OB	6
	Estadística II	OB	6
	Derecho II	OB	6
	Dirección de Empresas	OB	6
	Dirección Comercial	OB	6
	Análisis del Consumidor	OB	6
	Entorno Económico	OB	6
	Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales	OB	6
	Ampliación de Dirección Comercial	OB	6
	Organización de Empresas	OB	6
3.º	Investigación de Mercados	OB	6
	Distribución Comercial	OB	12
	Comunicación Integrada de Marketing	OB	12
	Ampliación de Organización de Empresas	OB	6
	Análisis Estadístico de Datos	OB	6
	Ampliación de Investigación de Mercados	OB	6
	Ampliación de Distribución Comercial	OB	6
	Marketing Sectorial	OB	6
4.º	Formación Práctica	OB	12
	Prácticas en Empresas	PE	12
	Dirección Comercial	OB	6
	Investigación de Mercados	OB	6
	Ampliación de Distribución Comercial	OB	6
	Ampliación de Comunicación Integrada de Marketing	OB	6
	Marketing Sectorial	OB	6
	Creación de Empresas	OB	6
	Trabajo Fin de Grado	TFG	6
	Comercio Electrónico	OP	6
Gestión de las Relaciones con los Clientes	OP	6	