

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**2049** *Resolución de 27 de enero de 2014, de la Universidad de Cádiz, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.*

Obtenida la verificación positiva del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros en su reunión de 1 de octubre de 2010 (publicado por Acuerdo del Consejo de Ministros en su reunión 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 previsto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Cádiz, que quedará estructurado según figura en el Anexo de la presente Resolución.

Cádiz, 27 de enero de 2014.– El Rector, Eduardo González Mazo.

## ANEXO

**Plan de estudios conducente al título oficial de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Cádiz**

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Centro de impartición: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

*Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia*

Tipo de materia	Créditos
Formación básica .....	60
Obligatorias .....	114
Optativas .....	60
Trabajo de fin de grado .....	6
Créditos totales .....	240

*Estructura de las enseñanzas por módulos y materias*

Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Organización temporal	Carácter
Formación Básica en Economía y Empresa.	Derecho.	Derecho Empresarial I.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Economía.	Economía.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Economía.	Microeconomía.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.

Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Organización temporal	Carácter
Formación Básica en Economía y Empresa.	Empresa.	Introducción a la Economía de la Empresa.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Empresa.	Introducción a las Finanzas Empresariales.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Empresa.	Fundamentos de Contabilidad Financiera.	6	1.º	2.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Empresa.	Introducción al Marketing.	6	1.º	2.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Matemáticas.	Matemáticas.	6	1.º	1.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Estadística.	Estadística.	6	1.º	2.º semestre.	Formación Básica.
Formación Básica en Economía y Empresa.	Historia.	Historia Económica.	6	1.º	2.º semestre.	Formación Básica.
Ampliación de Economía y Estadística.	Estadística avanzada.	Estadística Avanzada.	6	2.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Ampliación de Economía y Estadística.	Macroeconomía.	Macroeconomía.	6	2.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Organización de Empresas.	Organización de Empresas.	Dirección de Empresas.	6	2.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Derecho Empresarial.	Derecho Empresarial.	Derecho Empresarial II.	6	2.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Dirección Comercial.	Marketing Estratégico.	Dirección de Marketing.	6	2.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Dirección Comercial.	Estrategias de Marketing.	Precio y Producto.	6	3.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Análisis e Investigación de Mercados.	Investigación y Marketing.	Comportamiento del Consumidor.	6	2.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Análisis e Investigación de Mercados.	Investigación y Marketing.	Investigación de Mercados I.	6	3.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Análisis e Investigación de Mercados.	Investigación y Marketing.	Investigación de Mercados II.	6	3.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Marketing Sectorial.	Marketing Específico.	Marketing Sectorial.	6	3.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Marketing Sectorial.	Marketing Específico.	Marketing no Lucrativo.	6	2.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Distribución Comercial.	Estrategias de Marketing.	Distribución Comercial I.	6	3.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Distribución Comercial.	Estrategias de Marketing.	Distribución Comercial II.	6	3.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Comunicación Integrada del Marketing.	Estrategias de Marketing.	Comunicación Comercial I.	6	3.º	1.º semestre.	Obligatoria.
Comunicación Integrada del Marketing.	Estrategias de Marketing.	Comunicación Comercial II.	6	3.º	2.º semestre.	Obligatoria.

Módulo	Materia	Asignaturas vinculadas	ECTS	Curso	Organización temporal	Carácter
Análisis del Entorno Económico.	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico.	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico.	6	2.º	1.er semestre.	Obligatoria.
Métodos Cuantitativos.	Investigación y Marketing.	Métodos Estadísticos Multivariantes.	6	2.º	2.º semestre.	Obligatoria.
Ampliación en Marketing.	Inglés Aplicado al Marketing.	Inglés Aplicado al Marketing.	6	4.º	1.er semestre.	Optativa.
Ampliación en Marketing.	Complementos Específicos de Marketing.	Fuerza de Ventas.	6	4.º	1.er semestre.	Optativa.
Ampliación en Marketing.	Complementos Específicos de Marketing.	Introducción al e-Marketing.	6	4.º	1.er semestre.	Optativa.
Ampliación en Marketing.	Complementos Específicos de Marketing.	Fundamentos de Marketing Internacional.	6	4.º	2.º semestre.	Optativa.
Ampliación en Marketing.	Redes de Computadoras y Aplicaciones de Comunicación.	Redes de Computadoras y Aplicaciones de Comunicación.	6	3.º	2.º semestre.	Optativa.
Ampliación de Formación en Investigación de Mercados.	Complementos de Investigación y Marketing.	Métodos Económicos para la Investigación de Mercados.	6	2.º	2.º semestre.	Optativa.
Ampliación de Formación en Investigación de Mercados.	Complementos de Investigación y Marketing.	Dirección de los Sistemas de Información para el Marketing.	6	4.º	2.º semestre.	Optativa.
Ampliación de Formación en Investigación de Mercados.	Complementos de Investigación y Marketing.	Sociología y Técnicas Cualitativas de Investigación Aplicadas al Consumo.	6	3.º	1.er semestre.	Optativa.
Proyección Profesional.	Creación de Empresas.	Creación de Empresas.	6	4.º	Anual.	Obligatoria.
Proyección Profesional.	Prácticas en Empresa.	Práctica en Empresas.	12	4.º	Anual.	Optativa.
Proyección Profesional.	Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6	4.º	Anual.	Obligatoria.
Proyección Profesional.	Orientación Laboral.	Habilidades Comunicativas, Emocionales y de Comunicación.	6	4.º	1.er semestre.	Optativa.
Proyección Profesional.	Orientación Laboral.	Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales.	6	4.º	2.º semestre.	Optativa.