

Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Curso 1º
Obligatorias

<u>Curso</u>	<u>Cód.</u>	<u>Asignatura</u>	<u>Tipología</u>	<u>Créditos</u>	<u>Duración</u>
1	1800003	Fundamentos de Contabilidad	Bas	6	C1
1	1800004	Historia Económica	Bas	6	C1
1	1800005	Introducción a la Economía	Bas	6	C1
1	1800006	Introducción a la Economía de la Empresa (Organización)	Bas	6	C1
1	1800007	Introducción al Derecho Empresarial	Bas	6	C1
1	1800001	Estadística	Bas	6	C2
1	1800002	Finanzas	Bas	6	C2
1	1800008	Introducción al Marketing	Bas	6	C2
1	1800009	Matemáticas	Bas	6	C2
1	1800010	Microeconomía	Bas	6	C2

Curso 2º
Obligatorias

<u>Curso</u>	<u>Cód.</u>	<u>Asignatura</u>	<u>Tipología</u>	<u>Créditos</u>	<u>Duración</u>
2	1800011	Administración de Empresas	Obl.	6	C1
2	1800014	Economía Internacional	Obl.	6	C1
2	1800015	Estadística Avanzada	Obl.	6	C1
2	1800017	Macroeconomía	Obl.	6	C1
2	1800018	Técnicas Cuantitativas	Obl.	6	C1
2	1800012	Contabilidad para la Dirección Comercial	Obl.	6	C2
2	1800013	Dirección Estratégica	Obl.	6	C2
2	1800016	Investigación de Mercados I	Obl.	6	C2
2	1800019	Técnicas de Muestreo	Obl.	6	C2
2	1800020	Teoría de Precios	Obl.	6	C2

Curso 3º
Obligatorias

<u>Curso</u>	<u>Cód.</u>	<u>Asignatura</u>	<u>Tipología</u>	<u>Créditos</u>	<u>Duración</u>
3	1800054	Comunicación Comercial *	Obl.	12	A
3	1800023	Dirección Comercial	Obl.	6	C1
3	1800024	Dirección de Ventas I	Obl.	6	C1
3	1800026	Distribución Comercial I	Obl.	6	C1
3	1800029	Investigación de Mercados II	Obl.	6	C1
3	1800025	Dirección de Ventas II	Obl.	6	C2
3	1800027	Distribución Comercial II	Obl.	6	C2
3	1800028	Gestión Informatizada del Subsistema Comercial	Obl.	6	C2
3	1800030	Investigación de Mercados III	Obl.	6	C2

* Aquellos alumnos que deseen matricular las asignaturas Comunicación Comercial I (1800021) y/o Comunicación Comercial II (1800022) del grado en Marketing e Investigación de Mercados para presentarse a la 3ª convocatoria ordinaria (diciembre), deberán pasar directamente por la Secretaría del Centro para formalizar su matrícula.

Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Curso 4º
Obligatorias

<u>Curso</u>	<u>Cód.</u>	<u>Asignatura</u>	<u>Tipología</u>	<u>Créditos</u>	<u>Duración</u>
4	1800032	Comportamiento del Consumidor	Oblig	6	C1
4	1800033	Creación de Empresas	Oblig	6	C1
4	1800037	Marketing de Servicios	Oblig	6	C1
4	1800047	Régimen Jurídico del Mercado	Oblig	6	C1
4	1800048	Trabajo Fin de Grado	T.Fin	6	C2

Optativas (cursar 30 créditos) (Ver información sobre "menciones" al final del documento)

<u>Curso</u>	<u>Cód.</u>	<u>Asignatura</u>	<u>Tipología</u>	<u>Créditos</u>	<u>Duración</u>
4	1800046	Prácticas	Opt	12	A
4	1800038	Marketing Industrial	Opt	6	C1
4	1800039	Marketing Internacional	Opt	6	C1
4	1800052	Marketing Online	Opt	6	C1
4	1800031	Análisis Económico de los Mercados	Opt	6	C2
4	1800049	Comunicación Digital	Opt	6	C2
4	1800050	Diseño de Negocios Electrónicos	Opt	6	C2
4	1800035	Gestión de Franquicias	Opt	6	C2
4	1800036	Gestión de Marcas y Nuevos Productos	Opt	6	C2
4	1800051	Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales	Opt	6	C2
4	1800040	Marketing y Ética en los Negocios	Opt	6	C2
4	1800041	Merchandising	Opt	6	C2
4	1800045	Planificación y Gestión de Precios	Opt	6	C2
4	1800053	Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados	Opt	6	C2

Información sobre las menciones:
MENCIÓN EN GESTIÓN COMERCIAL

Materias Optativas/Vinculantes. (elegir 3 de las 4 asignaturas vinculantes para la mención)	1800045	Planificación y Gestión de Precios	Optativa	6	2º
	1800041	Merchandising	Optativa	6	2º
	1800035	Gestión de Franquicias	Optativa	6	2º
	1800036	Gestión de Marcas y Nuevos Productos	Optativa	6	2º
Materias Optativas/Recomendadas. (elegir 2 de las 3 asignaturas propuestas o	1800039	Marketing Internacional	Optativa	6	1º
	1800038	Marketing Industrial	Optativa	6	1º

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

las Prácticas en Empresas) (Podrá elegirse la asignatura vinculante no cursada de la relación anterior)	1800040	Marketing y Ética en los Negocios	Optativa	6	2º
--	---------	-----------------------------------	----------	---	----

MENCIÓN EN MARKETING DIGITAL

Materias Optativas/Vinculantes	1800050	Diseño de Negocios Electrónicos	Optativa	6	2º
	1800052	Marketing Online	Optativa	6	1º
	1800049	Comunicación Digital	Optativa	6	2º
Materias Optativas/Recomendadas. (elegir 2 de las 3 asignaturas propuestas o las Prácticas en Empresas)	1800039	Marketing Internacional	Optativa	6	1º
	1800038	Marketing Industrial	Optativa	6	1º
	1800040	Marketing y Ética en los Negocios	Optativa	6	2º

MENCIÓN EN ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO EN MARKETING

Materias Optativas/Vinculantes.	1800031	Análisis Económico de los Mercados	Optativa	6	2º
	1800053	Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados	Optativa	6	2º
	1800051	Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales	Optativa	6	2º
Materias Optativas/Recomendadas. (elegir 2 de las 3 asignaturas propuestas o las Prácticas en Empresas)	1800039	Marketing Internacional	Optativa	6	1º
	1800038	Marketing Industrial	Optativa	6	1º
	1800040	Marketing y Ética en los Negocios	Optativa	6	2º

- El alumno podrá sustituir las prácticas por 2 asignaturas cualesquiera del bloque de optatividad (distintas a las cursadas en dicho bloque) en caso de no optar a mención o por 2 de las 3 asignaturas ofertadas como optativas recomendadas en el caso de optar a mención.

- El estudiante también podrá elegir 3 asignaturas optativas de entre las 13 ofertadas. En ese caso, no obtendrá mención.

- Aquellos alumnos que no deseen seguir ninguna de estas tres menciones curriculares, podrán obtener el Título de Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados sin Mención, cursando 30 créditos del total de asignaturas Optativas (entre las que podrá incluir las Prácticas).

Los nuevos planes de estudio de los títulos de Grado basados en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el RD 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, están configurados, salvo excepciones, por 240 créditos ECTS distribuidos en cuatro cursos, a razón de 60 créditos por curso que se irán implantando progresivamente.

Es recomendable que el estudiante de nuevo ingreso matricule los 60 créditos del primer curso, no obstante el mínimo obligatorio de matrícula está establecido en 30 créditos ECTS, salvo cuando se trate de estudiantes con necesidades académicas especiales, para los que el mínimo será de 12 créditos ECTS (a efectos de solicitud de beca consúltese el mínimo obligatorio en el apartado de

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

automatrícula del portal web universitario o en el Centro de atención a estudiantes para automatrícula el apartado de automatrícula del portal web universitario o en el Centro de atención a estudiantes para automatrícula (<http://cat.us.es>).

Una vez implantados los cursos superiores, la cantidad máxima de créditos europeos que se podrá matricular será de 90 –excluidos las prácticas externas y el trabajo fin de grado-, aunque habrá que tener en cuenta las posibles incompatibilidades de matrícula previstas en el plan de estudios.

Tipología de materias o asignaturas:

- **Bás.:** Materias Básicas (son obligatorias para el estudiante)
- **Oblig.:** Materias Obligatorias
- **Opt.:** Materias Optativas
- **Práct.:** Prácticas Externas (pueden ser obligatorias u optativas)
- **T. Fin.:** Trabajo Fin de Grado (obligatorio en todos los planes de Grado)

NOTA: Según dispone la memoria de verificación del Título, el estudiante, antes de la finalización de sus estudios, deberá acreditar un nivel de competencias lingüísticas en un idioma extranjero equivalente. Los alumnos que han ingresado en la titulación a partir del curso 2014-15, inclusive, deberán acreditar al menos nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Los de cursos anteriores deberán acreditar, al menos, un nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.