

NUEVA ESTRUCTURA DE OPTATIVIDAD

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Menciones (18 créditos
asignaturas específicas
+ 12 créditos
asignaturas
recomendadas o
prácticas de empresas)

Mención 1: Gestión
Comercial

Mención 2: Marketing
Digital

Mención 3: Análisis
Cuantitativo y Cualitativo
en Marketing

MENCIONES GMK

Mención 1: GESTIÓN COMERCIAL (18 créditos)

Optativas específicas (elegir 3 de 4)

Planificación y Gestión de Precios (*)

Gestión de Marcas y Nuevos Productos (*)

Merchandising (*)

Gestión de Franquicias (*)

(*) Para obtener la mención el alumno debe realizar, al menos, 3 de las 4 asignaturas

MENCIONES GMK

Mención 2: MARKETING DIGITAL (18 créditos)

Optativas específicas

Diseño de Negocios Electrónicos –Sustituye a Dirección Financiera para los profesionales del Marketing- (**)

Marketing Online –Sustituye a Plan de Empresa- (**)

Comunicación Digital –Sustituye a Plan de Empresa- (**)

(**) Para obtener la mención el alumno debe realizar obligatoriamente las 3 asignaturas

MENCIONES GMK

Mención 3: ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO EN MARKETING (18 créditos)

Optativas específicas

Análisis Económico de los Mercados (***)

Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados (***)

Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales –
Sustituye a Operaciones Financieras en los Mercados- (***)

(***) Para obtener la mención el alumno debe realizar obligatoriamente las 3 asignaturas

MENCIONES GMK

Bloque Proyección Profesional (Menciones 1, 2 y 3):

Elegir entre Prácticas de empresas (12 créditos) o 2 asignaturas recomendadas*

Prácticas de Empresas (12 créditos)

Marketing Industrial

Marketing Internacional

Marketing y Ética en los Negocios

(*) En la mención en Gestión Comercial el alumno podrá elegir entre prácticas en empresas o 2 asignaturas sustitutivas que puede ser la asignatura optativa vinculante descartada de la mención y 1 de las recomendadas, o 2 de las 3 asignaturas recomendadas.

MENCIONES GMK

Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados: Sin Mención (30 créditos)

| Módulo de Optatividad (elegir 3 asignaturas de entre las siguientes. 18 créditos) | |
|---|----|
| Planificación y Gestión de Precios | OP |
| Gestión de Marcas y Nuevos Productos | OP |
| Merchandising | OP |
| Gestión de Franquicias | OP |
| Diseño de Negocios Electrónicos –Sustituye a Dirección Financiera para los profesionales del Marketing- | OP |
| Marketing Online –Sustituye a Plan de Empresa- | OP |
| Comunicación Digital –Sustituye a Plan de Empresa- | OP |
| Análisis Económico de los Mercados | OP |
| Métodos Estadísticos Multidimensionales | OP |
| Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales –Sustituye a Operaciones Financieras en los Mercados- | OP |
| Marketing Industrial | OP |
| Marketing Internacional | OP |
| Marketing y Ética en los Negocios | OP |
| Módulo de Proyección Profesional (elegir Prácticas o 2 asignaturas optativas. 12 créditos) | |
| Prácticas de Empresas | OP |
| Asignaturas sustitutivas de las prácticas: | |
| 2 asignaturas cualesquiera del Módulo de Optatividad distintas a las escogidas anteriormente | OP |