

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

13824 *Resolución de 24 de junio de 2024, de la Universidad de Málaga, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados.*

De acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario y en el artículo 27 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, una vez establecido el carácter oficial del título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga, y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo de Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 11 de noviembre de 2010), mediante resolución de esta Universidad fechada a 12 de marzo de 2012 se ordenó la publicación del plan de estudios conducente a la obtención de las referidas enseñanzas en el «Boletín Oficial del Estado» y en el «Boletín Oficial de la Junta de Andalucía».

Habiéndose tramitado modificaciones en el citado plan de estudios, y una vez obtenido el 2 de mayo de 2024 el preceptivo informe favorable de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía, este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, resuelve ordenar la publicación de la modificación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga, que queda estructurado según se hace constar en el anexo a esta resolución.

Málaga, 24 de junio de 2024.–El Rector, Juan Teodomiro López Navarrete.

ANEXO

Plan de Estudios de las enseñanzas conducente a la obtención del Título Universitario Oficial de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga

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

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica (BA).	60
Obligatorias (OB).	120
Optativas (OP).	54
Prácticas Externas Obligatorias (PE).	0
Trabajo Fin de Grado (TFG).	6
Total.	240

Estructura de las enseñanzas por módulos y materias

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
<i>Módulo de Formación Básica (60 créditos)</i>			
Formación Básica - Fundamentos de marketing.	Fundamentos de Marketing.	6	BA
Formación Básica - Historia Económica del Comercio.	Historia Económica del Comercio.	6	BA
Formación Básica - Introducción al Derecho.	Introducción al Derecho.	6	BA
Formación Básica - Matemáticas para la Economía y la Empresa.	Matemáticas para la Economía y la Empresa.	6	BA
Formación Básica - Análisis Económico I.	Análisis Económico I.	6	BA
Formación Básica - Fundamentos de Contabilidad.	Fundamentos de Contabilidad.	6	BA
Formación Básica - Estadística I.	Estadística I.	6	BA
Formación Básica - Fundamentos de administración de Empresas.	Fundamentos de administración de Empresas.	6	BA
Formación Básica - Estadística II.	Estadística II.	6	BA
Formación Básica - Análisis Económico II.	Análisis Económico II.	6	BA
<i>Módulo de Formación Obligatoria (120 créditos)</i>			
Formación Obligatoria - Comportamiento del Consumidor.	Comportamiento del Consumidor.	6	OB
Formación Obligatoria - Gestión de Producto y Branding.	Gestión de Producto y Branding.	6	OB
Formación Obligatoria - Gestión de Precios en el Marketing.	Gestión de Precios en el Marketing.	6	OB
Formación Obligatoria - Contabilidad de Gestión.	Contabilidad de Gestión.	6	OB
Formación Obligatoria - Dirección de Ventas.	Dirección de Ventas.	6	OB
Formación Obligatoria - Investigación de Mercados I.	Investigación de Mercados I.	6	OB
Formación Obligatoria - Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad.	Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad.	6	OB
Formación Obligatoria - Distribución Comercial.	Distribución Comercial.	6	OB
Formación Obligatoria - Marketing Digital.	Marketing Digital.	6	OB
Formación Obligatoria - Valoración Financiera en el Marketing.	Valoración Financiera en el Marketing.	6	OB
Formación Obligatoria - Comunicación Comercial.	Comunicación Comercial.	6	OB
Formación Obligatoria - Estadística Multivariante.	Estadística Multivariante.	6	OB
Formación Obligatoria - Social Media Marketing.	Social Media Marketing.	6	OB
Formación Obligatoria - Finanzas Aplicadas al Marketing.	Finanzas Aplicadas al Marketing.	6	OB
Formación Obligatoria - Informática Aplicada a la Gestión del Marketing.	Informática Aplicada a la Gestión del Marketing.	6	OB
Formación Obligatoria - Emprendimiento e Innovación.	Emprendimiento e Innovación.	6	OB
Formación Obligatoria - Marketing Estratégico y Planificación Comercial.	Marketing Estratégico y Planificación Comercial.	6	OB
Formación Obligatoria - Analítica Digital.	Analítica Digital.	6	OB
Formación Obligatoria - Investigación de Mercados II.	Investigación de Mercados II.	6	OB
Formación Obligatoria - Planificación y Gestión Publicitaria.	Planificación y Gestión Publicitaria.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
<i>Módulo de Optativas (150 créditos, de los que el estudiantado deberá superar, al menos, 54)</i>			
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Comercio Electrónico.	Comercio Electrónico.	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Geomarketing.	Geomarketing.	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Merchandising.	Merchandising.	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución.	Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Economía del Comportamiento.	Economía del Comportamiento.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Investigación Cualitativa.	Investigación Cualitativa.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Marketing Intelligence.	Marketing Intelligence.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Psicología Económica y del Consumidor.	Psicología Económica y del Consumidor.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Creatividad Publicitaria.	Creatividad Publicitaria.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Diseño Gráfico para el Marketing.	Diseño Gráfico para el Marketing.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Marketing de Contenidos.	Marketing de Contenidos.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Comunicación Corporativa.	Comunicación Corporativa.	6	OP
Optativas - Marketing Internacional.	Marketing Internacional.	6	OP
Optativas - Marketing Turístico.	Marketing Turístico.	6	OP
Optativas - Análisis del Entorno y la Competencia.	Análisis del Entorno y la Competencia.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Ciencia de Datos para el Marketing Digital.	Ciencia de Datos para el Marketing Digital.	6	OP
Optativas (Mención Inteligencia y Analítica de Negocios) - Investigación Experimental y Neuromarketing.	Investigación Experimental y Neuromarketing.	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros.	Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros.	6	OP
Optativas (Mención Comercio y Distribución) - Recursos Humanos y Experiencia de Compra.	Recursos Humanos y Experiencia de Compra.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.	Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.	6	OP
Optativas (Mención Comunicación en Marketing) - Imagen y Reputación Corporativa.	Imagen y Reputación Corporativa.	6	OP
Optativas - Sociología.	Sociología.	6	OP
Optativas - Econometría.	Econometría.	6	OP
Prácticas de Empresa - Prácticas de Empresa.	Prácticas de Empresa.	12	OP
<i>Módulo de Trabajo Fin de Grado (6 Créditos)</i>			
Trabajo de Fin de Grado.	Trabajo de Fin de Grado.	6	TFG

Organización temporal del plan de estudios

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
<i>Primer curso</i>			
Fundamentos del Marketing.	1	BA	6
Historia Económica del Comercio.	1	BA	6
Introducción al Derecho.	1	BA	6
Matemáticas para la Economía y la Empresa.	1	BA	6
Análisis Económico I.	1	BA	6
Comportamiento del Consumidor.	2	OB	6
Fundamentos de Contabilidad.	2	BA	6
Estadística I.	2	BA	6
Fundamentos de Administración de Empresas.	2	BA	6
Gestión de Producto y Branding.	2	OB	6
<i>Segundo curso</i>			
Estadística II.	1	BA	6
Gestión de Precios en el Marketing.	1	OB	6
Contabilidad de Gestión.	1	OB	6
Dirección de Ventas.	1	OB	6
Investigación de Mercados I.	1	OB	6
Análisis Económico II.	2	BA	6
Régimen Jurídico de Maracas, Marketing y Publicidad.	2	OB	6
Distribución Comercial.	2	OB	6
Marketing Digital.	2	OB	6
Valoración Financiera en el Marketing.	2	OB	6
<i>Tercer curso</i>			
Informática Aplicada a la Gestión Comercial.	1	OB	6
Comunicación Comercial.	1	OB	6
Estadística Multivariante.	1	OB	6
Social Media Marketing.	1	OB	6
Finanzas Aplicadas al Marketing.	1	OB	6
Emprendimiento e Innovación.	2	OB	6
Marketing Estratégico y Planificación Comercial.	2	OB	6
Analítica Digital.	2	OB	6
Investigación de Mercados II.	2	OB	6
Planificación y Gestión Publicitaria.	2	OB	6
<i>Cuarto curso</i>			
Optativa I (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6
Optativa II (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6
Optativa III (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Optativa IV (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6
Optativa V (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6
Optativa VI (ver relación de asignaturas optativas).	1	OP	6
Optativa VII (ver relación de asignaturas optativas).	2	OP	6
Optativa VIII (ver relación de asignaturas optativas).	2	OP	6
Optativa IX (ver relación de asignaturas optativas).	2	OP	6
Prácticas de Empresa (ver relación de asignaturas optativas).	2	OP	12
Trabajo Fin de Grado.	2	TFG	6

Relación de asignaturas optativas

Asignaturas	Semestre	ECTS
Comercio Electrónico.	1	6
Geomarketing.	1	6
Merchandising.	1	6
Técnicas de Optimización Aplicadas a la Distribución.	1	6
Economía del Comportamiento.	1	6
Investigación Cualitativa.	1	6
Marketing Intelligence.	1	6
Psicología Económica y del Consumidor.	1	6
Creatividad Publicitaria.	1	6
Diseño Gráfico para el Marketing.	1	6
Marketing de Contenidos.	1	6
Comunicación Corporativa.	1	6
Marketing Internacional.	1	6
Marketing Turístico.	1	6
Análisis del Entorno y la Competencia.	1	6
Ciencia de Datos para el Marketing Digital.	2	6
Investigación Experimental y Neuromarketing.	2	6
Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros.	2	6
Recursos Humanos y Experiencia de Compra.	2	6
Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.	2	6
Imagen y Reputación Corporativa.	2	6
Sociología.	2	6
Econometría.	2	6
Prácticas de Empresa.	2	12

Acreditación de conocimiento de idiomas para la expedición del título:

Con carácter previo a la expedición del correspondiente título universitario oficial de Graduado/a, el estudiantado deberá acreditar el conocimiento de un segundo idioma, distinto del castellano y de las demás lenguas españolas cooficiales, en el nivel B1 correspondiente al «Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas». La citada acreditación deberá efectuarse de acuerdo con las previsiones del Convenio de Colaboración suscrito entre las Universidades de Andalucía para la acreditación de lenguas extranjeras, de fecha 2 de julio de 2011, y su posterior desarrollo.