

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

9277 *Resolución de 16 de mayo de 2011, de la Universidad de León, 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 de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación y acordado el carácter oficial del título por acuerdo de Consejo de Ministros de 16 de julio de 2010 (publicado en el BOE núm. 197, de 14 de agosto de 2010, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 30 de julio de 2010),

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios del Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de León que se imparte en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, como Anexo a la presente Resolución.

León, 16 de mayo de 2011.–El Rector José Angel Hermida Alonso.

ANEXO

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE GRADUADO O GRADUADA EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE LEÓN

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

Estructura de las enseñanzas

Tabla 1. Distribución del Plan de Estudios en ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos	
Formación básica	60	
Obligatorias	138	
Optativas	12	30
Prácticas externas (optativas).	18	0
Trabajo de fin de grado	12	
Total	240	

Tabla 2. Esquema del Plan de Estudios

Primer curso:

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Economía.	Análisis Económico.	Macroeconomía.	6	Formación Básica.
		Microeconomía.	6	Formación Básica.
Contabilidad.	Contabilidad Financiera.	Contabilidad Financiera.	6	Formación Básica.
Derecho.	Derecho Mercantil.	Derecho Empresarial.	6	Formación Básica.
Idioma.	Idioma Aplicado.	Idioma en Marketing.	6	Formación Básica.
Investigación de Mercados.	Técnicas de Investigación de Mercados.	Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados.	6	Formación Básica.
Marketing.	Marketing Básico.	Fundamentos de Marketing.	6	Formación Básica.
Métodos Cuantitativos.	Estadística Básica.	Estadística I.	6	Formación Básica.
	Matemáticas.	Matemáticas.	6	Formación Básica.
Organización y Dirección de Empresas.	Organización y Dirección de Empresas.	Fundamentos de Administración de Empresas.	6	Formación Básica.

Segundo curso:

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Economía.	Economía Española y Mundial.	Economía Española y Mundial.	6	Obligatoria.
Derecho.	Derecho Mercantil.	Derecho de la Competencia.	6	Obligatoria.
Informática.	Informática Aplicada.	Informática en Marketing.	6	Obligatoria.
Investigación de Mercados.	Técnicas de Investigación de Mercados.	Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados.	6	Obligatoria.
Marketing.	Marketing Básico.	Comportamiento del Consumidor.	6	Obligatoria.
Métodos Cuantitativos.	Estadística Básica.	Estadística II.	6	Obligatoria.
	Estadística Avanzada.	Estadística Avanzada I.	6	Obligatoria.
Organización y Dirección de Empresas.	Organización y Dirección de Empresas.	Dirección de Operaciones.	6	Obligatoria.
		Dirección Estratégica.	6	Obligatoria.
		Habilidades Directivas.	6	Obligatoria.

Tercer curso:

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación y Distribución Comercial.	Comunicación Comercial.	Marketing de Promoción Comercial.	6	Obligatoria.
	Distribución Comercial y Ventas.	Marketing de Distribución Comercial.	6	Obligatoria.
Contabilidad.	Contabilidad de Gestión.	Contabilidad Analítica.	6	Obligatoria.
		Sistemas de Información Contable.	6	Obligatoria.
Dirección de Marketing.	Dirección de Marketing.	Marketing de Productos y Precios.	6	Obligatoria.
Economía Financiera.	Finanzas.	Decisiones Financieras.	6	Obligatoria.
Investigación de Mercados.	Investigación de Mercados Avanzada.	Aplicaciones de Investigación de Mercados.	6	Obligatoria.
		Investigación de Mercados Cross-Cultural.	6	Obligatoria.
Métodos Cuantitativos.	Estadística Avanzada.	Estadística Avanzada II.	6	Obligatoria.
		Optativa 1.	6	Optativa.

Cuarto curso:

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Comunicación y Distribución Comercial. Dirección de Marketing.	Comunicación Comercial. Distribución Comercial y Ventas. Dirección de Marketing.	Publicidad.	6	Obligatoria.
		Dirección de Ventas.	6	Obligatoria.
		Marketing Estratégico.	6	Obligatoria.
		Marketing en Sectores Emergentes.	6	Obligatoria.
		Optativa 2.	6	Optativa.
		Optativa 3.	6	Optativa.
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	Optativa 4.	6	Optativa.
		Optativa 5.	6	Optativa.
		Trabajo Fin de Grado.	12	Obligatorio.

Optativas:

Módulo	Materia	Asignatura	Créditos ECTS	Carácter
Optativas.		Análisis Económico Europeo.	6	Optativa.
		Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación.	6	Optativa.
		Creación de Empresas e Innovación.	6	Optativa.
		Investigación de Mercados Experimental.	6	Optativa.
		Marketing Agroalimentario.	6	Optativa.
		Marketing Avanzado.	6	Optativa.
		Marketing Industrial.	6	Optativa.
		Marketing del Sector Público.	6	Optativa.
		Marketing Turístico.	6	Optativa.
		Recursos Comunicativos en Idioma.	6	Optativa.