

3. Otras disposiciones

UNIVERSIDADES

Resolución de 22 de julio de 2019, de la Universidad de Sevilla, por la que se publica la modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título de Graduado/Graduada en Marketing e Investigación de Mercados.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 26 y 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por los que se establece el procedimiento para la modificación de Planes de Estudios ya verificados y una vez recibido informe favorable de la Agencia Andaluza del Conocimiento, del 30 de julio de 2018, a las modificaciones presentadas del Plan de Estudios del título de Graduado/Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Sevilla.

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 26.3 del Real Decreto 1393/2007 anteriormente citado, ha resuelto ordenar la publicación de la modificación del Plan de Estudios del título de Graduado/Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Sevilla que queda estructurado según consta en el anexo a esta resolución.

Sevilla, 22 de julio de 2019.- El Rector, Miguel Ángel Castro Arroyo.

PLAN DE ESTUDIOS DE GRADUADO/A EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

- Mención en Gestión Comercial.
- Mención en Marketing Digital.
- Mención en Análisis Cuantitativo y Cualitativo en Marketing.

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Centro de impartición: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Distribución del Plan de Estudios en créditos ECTS por tipo de materia		
Tipo de materia		Créditos
	Total	240
F	Formación Básica	60
O	Obligatorias	144
P	Optativas	30
T	Trabajo Fin de Grado	6

Estructura de las enseñanzas por módulos			
Módulo	Asignatura	Tipo de materia	Créditos
Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales	Estadística	F	6
	Finanzas	F	6
	Fundamentos de Contabilidad	F	6
	Historia Económica	F	6
	Introducción a la Economía	F	6
	Introducción a la Economía de la Empresa	F	6
	Introducción al Derecho Empresarial	F	6
	Introducción al Marketing	F	6
	Matemáticas	F	6
	Microeconomía	F	6
Ampliación en Economía y Estadística	Estadística Avanzada	O	6
	Macroeconomía	O	6
Métodos Cuantitativos	Técnicas Cuantitativas	O	6
Ampliación de Métodos Cuantitativos	Técnicas de Muestreo	O	6
Teoría de Precios	Teoría de Precios	O	6
Organización de Empresas	Administración de Empresas	O	6
Economía Internacional	Economía Internacional	O	6
Ampliación en Empresa	Contabilidad para la Dirección Comercial	O	6
	Dirección Estratégica	O	6
	Gestión Informatizada del Subsistema Comercial	O	6
Dirección Comercial	Dirección Comercial	O	6
	Dirección de Ventas I	O	6
Análisis e Investigación de Mercados	Investigación de Mercados I	O	6
	Investigación de Mercados II	O	6
	Investigación de Mercados III	O	6
Marketing Sectorial	Comportamiento del Consumidor	O	6
	Marketing de Servicios	O	6
Comunicación Integrada de Marketing	Comunicación Comercial I	O	6
	Comunicación Comercial II	O	6
Distribución Comercial	Distribución Comercial I	O	6
	Distribución Comercial II	O	6
Dirección de Ventas	Dirección de Ventas II	O	6
Marco Jurídico	Régimen Jurídico del Mercado	O	6
Optatividad	Análisis Económico de los Mercados *	P	6
	Comunicación Digital *	P	6
	Diseño de Negocios Electrónicos *	P	6
	Gestión de Franquicias *	P	6
	Gestión de Marcas y Nuevos Productos *	P	6
	Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales *	P	6
	Marketing Industrial	P	6
	Marketing Internacional	P	6
	Marketing Online *	P	6
	Marketing y Ética en los Negocios	P	6
	Merchandising *	P	6
	Planificación y Gestión de Precios *	P	6
	Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados *	P	6
Proyección Profesional	Creación de Empresas	O	6
	Trabajo Fin de Grado	T	6
	Prácticas	P	12

Organización temporal de las asignaturas del Plan de Estudios				
Curso	Duración	Asignatura	Tipo de materia	Créditos
Primero	C1	Fundamentos de Contabilidad	F	6
	C1	Historia Económica	F	6
	C1	Introducción a la Economía	F	6
	C1	Introducción a la Economía de la Empresa	F	6
	C1	Introducción al Derecho Empresarial	F	6
	C2	Estadística	F	6
	C2	Finanzas	F	6
	C2	Introducción al Marketing	F	6
	C2	Matemáticas	F	6
	C2	Microeconomía	F	6
Segundo	C1	Administración de Empresas	O	6
	C1	Economía Internacional	O	6
	C1	Estadística Avanzada	O	6
	C1	Macroeconomía	O	6
	C1	Técnicas Cuantitativas	O	6
	C2	Contabilidad para la Dirección Comercial	O	6
	C2	Dirección Estratégica	O	6
	C2	Investigación de Mercados I	O	6
	C2	Técnicas de Muestreo	O	6
Tercero	C1	Comunicación Comercial I	O	6
	C1	Dirección Comercial	O	6
	C1	Dirección de Ventas I	O	6
	C1	Distribución Comercial I	O	6
	C1	Investigación de Mercados II	O	6
	C2	Comunicación Comercial II	O	6
	C2	Dirección de Ventas II	O	6
	C2	Distribución Comercial II	O	6
	C2	Gestión Informatizada del Subsistema Comercial	O	6
	C2	Investigación de Mercados III	O	6
Cuarto	C1	Comportamiento del Consumidor	O	6
	C1	Creación de Empresas	O	6
	C1	Marketing de Servicios	O	6
	C1	Régimen Jurídico del Mercado	O	6
	C1/C2	Optativas/Prácticas	P	30
	C2	Trabajo Fin de Grado	T	6

Relación de asignaturas optativas	
Asignatura	Créditos
Análisis Económico de los Mercados *	6
Comunicación Digital *	6
Diseño de Negocios Electrónicos *	6
Gestión de Franquicias *	6
Gestión de Marcas y Nuevos Productos *	6
Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales *	6
Marketing Industrial	6
Marketing Internacional	6
Marketing Online *	6
Marketing y Ética en los Negocios	6
Merchandising *	6
Planificación y Gestión de Precios *	6
Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados *	6
Prácticas	12

* Esta asignatura es optativa, pero obligatoria en el caso de cursar alguna de las menciones del título. Para más detalles se puede consultar en la información pública disponible del título o en el centro de impartición (www.us.es).

No obstante la existencia de menciones, el título se puede obtener sin cursar necesariamente una de ellas.

A: Anual; C1: 1.º cuatrimestre; C2: 2.º cuatrimestre.

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, al menos, al nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.