

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignaturas Básicas, Obligatorias y Optativas por Materia, tipo y semestre

MATERIAS	ASIGNATURAS	Tipo	ECTS	Semestre
Contabilidad	Fundamentos de Contabilidad	FB	6	S2
	Análisis y Control de Gestión	OB	4.5	S5
	Auditoría Interna del Área Comercial	OP	6	S8
Finanzas	Análisis y Financiación de Proyectos Empresariales	OB	4,5	S6
	Gestión Financiera	OP	6	S7
	Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa	OP	6	S8
Organización de Empresas	Introducción a la Economía de la Empresa	FB	6	S2
	Dirección de Equipos	OB	3	S6
	Dirección Estratégica	OB	6	S7
	Dirección y Gestión de la Innovación	OP	6	S7
	Creación de Empresas	OP	6	S8
	Simulación y Juegos de Empresa	OP	6	S7
Comercialización e Investigación de Mercados	Dirección de Marketing	OB	4,5	S3
	Políticas de Producto y Precio	OB	4,5	S4
	Fundamentos de Investigación de Mercados	OB	6	S4
	Comportamiento del Consumidor	OB	6	S5
	Comunicación Comercial	OB	6	S5
	Distribución Comercial	OB	4,5	S5
	Investigación de Mercados Avanzada	OB	6	S6
	Marketing Digital	OB	6	S6
	Marketing Internacional y Comercio Exterior	OB	6	S6
	Estrategia de Marketing	OB	6	S7
	Temas Avanzados en Comunicación y Distribución Comercial	OP	6	S7
	Herramientas de Marketing Digital	OP	6	S7
	Simulación en Marketing	OP	6	S8
	Marketing en Áreas Específicas	OP	6	S8
Análisis Económico	Introducción a la Economía	FB	6	S1
	Microeconomía	OB	6	S3
	Macroeconomía	OB	6	S4
	Comercio y Relaciones Financieras Internacionales	OB	4.5	S6
	Economía del Consumo y la Demanda	OP	6	S8
	Análisis de la Coyuntura	OP	6	S8
	Economía Industrial	OP	6	S7
Estructura e Instituciones Económicas	Economía Mundial	FB	6	S2
	Estructura Económica Sectorial	OB	4.5	S3
	Integración Comercial Internacional	OP	6	S7
Hacienda Pública y Fiscalidad	Tributación Comercial	OB	6	S3
Política Económica	Principios de Política Económica	OB	3	S5
Estadística y Econometría	Estadística I	FB	6	S2
	Estadística II	OB	6	S3
	Técnicas Cuantitativas de Previsión	OB	6	S4
	Análisis Multivariante de Datos Económicos	OB	6	S5

	Muestreo y Fuentes Estadísticas	OP	6	S8
Matemáticas	Matemáticas I	FB	6	S1
	Matemáticas II	FB	6	S2
Marco Jurídico	Introducción al Derecho	FB	6	S1
	Régimen Jurídico del Mercado I	OB	3	S3
	Régimen Jurídico del Mercado II	OB	3	S4
	Régimen Jurídico de la Distribución Comercial	OP	6	S8
Historia Económica	Historia Económica Mundial	FB	6	S1
	Economía y Negocios en la América Latina del siglo XX	OP	6	S7
Sociología	Sociología	FB	6	S1
	Psico-Sociología del Consumo	OB	4,5	S4
	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados	OP	6	S7
	Investigación de la Opinión Pública	OP	6	S8
Prácticas externas	Prácticas Externas I	OP	6	S7
	Prácticas Externas II	OP	6	S8
	Prácticas Externas III	OP	6	S8
Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	OB	6	S8

ASIGNATURAS OPTATIVAS

Bloque A. Formación específica para marketing e investigación de mercados:

1. TEMAS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
2. HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL
3. SIMULACION EN MARKETING
4. MARKETING EN ÁREAS ESPECÍFICAS
5. CREACIÓN DE EMPRESAS
6. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
7. INVESTIGACIÓN DE LA OPINION PUBLICA
8. MUESTREO Y FUENTES ESTADÍSTICAS
9. AUDITORÍA INTERNA DEL ÁREA COMERCIAL

Bloque B. Formación complementaria para marketing e investigación de mercados:

10. GESTIÓN FINANCIERA
11. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
12. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO DE LA EMPRESA
13. ECONOMÍA Y NEGOCIOS EN LA AMÉRICA LATINA DEL S. XX
14. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
15. INTEGRACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL
16. ECONOMÍA DEL CONSUMO Y LA DEMANDA
17. ANÁLISIS DE LA COYUNTURA
18. ECONOMÍA INDUSTRIAL
19. SIMULACIÓN Y JUEGOS DE EMPRESA