

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

4546 *Resolución de 25 de febrero de 2011, de la Universidad de Murcia, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por el Consejo de Ministros de 12 de noviembre de 2010 (publicado en el BOE de 16 de diciembre de 2010, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 22 de noviembre de 2010),

Este Rectorado, de conformidad en lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, reformada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Graduado/a en Marketing.

Murcia, 25 de febrero de 2011.–El Rector, José Antonio Cobacho Gómez.

Grado en Marketing

Tipo de materia	Créditos
Formación básica	60
Obligatorias	150
Optativas	18
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Grado	6
Total	240

Materias	Asignaturas	Créditos/curso								Total ECTS
		Primer curso		Segundo curso		Tercer curso		Cuarto curso		
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	
Introducción a la Economía.	Introducción a la Economía.	6								6
Matemáticas.	Matemáticas.	6								6
Historia Económica.	Historia Económica.	6								6
Derecho Mercantil.	Derecho Mercantil.	6								6
Sociología.	Estructura social.	6								6
Economía Mundial.	Economía mundial.		6							6
Administración de Empresas.	Administración de empresas.		6							6
Fundamentos de Marketing.	Fundamentos de marketing.		6							6
Dirección Financiera.	Dirección financiera.		6							6
Contabilidad Financiera.	Contabilidad financiera.		6							6
Microeconomía.	Microeconomía.			6						6
Sistema Fiscal Español.	Sistema Fiscal Español.			6						6
Finanzas Operativas.	Finanzas operativas.			6						6

Materias	Asignaturas	Créditos/curso								Total ECTS
		Primer curso		Segundo curso		Tercer curso		Cuarto curso		
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	
Organización de Empresas y Gestión de Personal.	Organización de empresas y gestión de personal.				6					6
Gestión del Marketing mix integrado.	Gestión de Productos en las empresas.			6						36
	Comunicación Comercial I.				6					
	Comunicación Comercial II.					6				
	Distribución Comercial.				6					
	Políticas de precios.					6				
Economía Española.	Venta personal y Dirección de ventas.							6		12
	Economía Española I.				6					
Métodos Estadísticos y Económicos.	Economía Española II.					6				18
	Estadística.			6						
	Análisis multivariante.					6				
Contabilidad de Costes.	Modelos econométricos.						6			6
Contabilidad de Costes.	Contabilidad de Costes.				6					6
Dirección Estratégica.	Dirección estratégica.						6			6
Análisis de Estados Contables.	Análisis de Estados Contables.						6			6
Comportamiento del Consumidor.	Comportamiento del Consumidor.							6		6
Aplicaciones Sectoriales en Marketing.	Comprador y Marketing Industrial.						6			12
	Marketing interactivo y de servicios.								6	
Estrategia y Planificación Comercial.	Decisiones estratégicas de Marketing.							6		12
	Presupuesto y Plan de Marketing.								6	
Investigación de Mercados.	Investigación de Mercados.						6			12
	Aplicaciones de Investigación de Mercados.							6		
Optativas.	Asignaturas Optativas Se ofrecen 36 créditos y el alumno debe cursar 18 créditos.					6		6	6	18
Prácticas externas.	Prácticas Externas.								6	6
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.								6	6
Total plan de estudios.										240

C1: Primer cuatrimestre. C2: Segundo cuatrimestre. C3: Tercer cuatrimestre. C4: Cuarto cuatrimestre. C5: Quinto cuatrimestre. C6: Sexto cuatrimestre. C7: Séptimo cuatrimestre. C8: Octavo cuatrimestre.

Los créditos resaltados en negrita corresponden a créditos de formación básica.