

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2172 *Resolución de 28 de enero de 2019, de la Universidad Alicante, 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 favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma Valenciana, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 5 de octubre de 2018, publicado en el BOE de 21 de diciembre de 2018,

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, de 21 de diciembre, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Graduado o Graduada en Marketing, que quedará estructurado según consta en el anexo de esta Resolución.

Alicante, 28 de enero de 2019.–El Rector, Manuel Palomar Sanz.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Graduado o Graduada en Marketing

(Rama de 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.	36
Trabajo fin de Grado.	6
Total.	240

Tabla 2. Esquema del plan de estudios

MATERIA	ASIGNATURA	CRÉDITOS ECTS	CARÁCTER
PRIMER CURSO			
MATEMÁTICAS.	MATEMÁTICAS I.	6	BÁSICA.
	MATEMÁTICAS II.	6	BÁSICA.
ECONOMÍA.	INTRODUCCIÓN A LA MICROECONOMÍA.	6	BÁSICA.
	INTRODUCCIÓN A LA MACROECONOMÍA.	6	BÁSICA.

MATERIA	ASIGNATURA	CRÉDITOS ECTS	CARÁCTER
EMPRESA.	INTRODUCCIÓN AL MARKETING.	6	BÁSICA.
	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA.	6	BÁSICA.
	CONTABILIDAD FINANCIERA I.	6	BÁSICA.
DERECHO.	DERECHO DE LA EMPRESA.	6	BÁSICA.
ESTADÍSTICA.	INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA.	6	BÁSICA.
	DIRECCIÓN DE OPERACIONES.	6	OBLIGATORIA.
SEGUNDO CURSO			
ECONOMÍA.	ECONOMÍA ESPAÑOLA.	6	BÁSICA.
	ECONOMÍA MUNDIAL.	4,5	OBLIGATORIA.
	HISTORIA ECONÓMICA MUNDIAL Y DE ESPAÑA. SIGLOS XIX Y XX.	4,5	OBLIGATORIA.
	ESTADÍSTICA E INTRODUCCIÓN A LA ECONOMETRÍA.	9	OBLIGATORIA.
	MICROECONOMÍA INTERMEDIA.	6	OBLIGATORIA.
	MATEMÁTICA DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS.	6	OBLIGATORIA.
	DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN.	6	OBLIGATORIA.
	MACROECONOMÍA INTERMEDIA.	6	OBLIGATORIA.
	CONTABILIDAD FINANCIERA II.	6	OBLIGATORIA.
	INVESTIGACIÓN COMERCIAL.	6	OBLIGATORIA.
TERCER CURSO			
	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.	6	OBLIGATORIA.
	COMUNICACIÓN EN MARKETING.	6	OBLIGATORIA.
	DECISIONES DE PRODUCTO Y PRECIO.	6	OBLIGATORIA.
	DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.	6	OBLIGATORIA.
	SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO.	6	OBLIGATORIA.
	POLÍTICA ECONÓMICA Y DE LA UNIÓN EUROPEA.	6	OBLIGATORIA.
	FISCALIDAD DE LA EMPRESA.	6	OBLIGATORIA.
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I.	6	OBLIGATORIA.
	MARKETING ESTRATÉGICO.	6	OBLIGATORIA.
	MARKETING DIGITAL.	6	OBLIGATORIA.
CUARTO CURSO			
	FINANZAS PARA LA DIRECCIÓN DEL MARKETING.	6	OBLIGATORIA.
	COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA.	6	OBLIGATORIA.
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II.	6	OBLIGATORIA.

MATERIA	ASIGNATURA	CRÉDITOS ECTS	CARÁCTER
	ANÁLISIS DE DATOS MULTIVARIANTE APLICADO AL MARKETING.	6	OPTATIVA.
	CREACIÓN Y TENDENCIAS DE MARCA.	6	OPTATIVA.
	SERVICIOS.	6	OPTATIVA.
	MARKETING DE .	6	OPTATIVA.
	MARKETING, CONSUMIDOR Y CLIENTE.	6	OPTATIVA.
	SIMULACIÓN Y MODELIZACIÓN EN MARKETING.	6	OPTATIVA.
	COMERCIO ELECTRÓNICO.	6	OPTATIVA.
	DIRECCIÓN DE VENTAS.	6	OPTATIVA.
	MARKETING INTERNACIONAL.	6	OPTATIVA.
	MÉTRICAS DE MARKETING.	6	OPTATIVA.
	TRADE MARKETING Y MERCHANDISING.	6	OPTATIVA.
	PRÁCTICAS EXTERNAS.	12	OPTATIVA.
	TRABAJO FIN DE GRADO.	6	TRABAJO FIN DE GRADO.

Para más información sobre este plan de estudios, se puede consultar la página web de la Universidad de Alicante: <http://www.ua.es>