

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 2566** *Resolución de 3 de febrero de 2021, de la Universidad de Valladolid, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados.*

El plan de estudios de la titulación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid fue publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 10 de junio de 2011, una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de diciembre de 2010 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 14 de enero de 2011, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 23 de diciembre de 2010) y con informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación de fecha 27 de abril de 2010. Con fecha 13 de diciembre de 2019 la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León ha informado favorablemente la modificación del título del Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid. En consecuencia, de conformidad con lo que dispone el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados, este Rectorado ha resuelto publicar el actual plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid. El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo de la misma.

Valladolid, 3 de febrero de 2021.–El Rector, Antonio Largo Cabrerizo.

ANEXO

Plan de estudios conducentes al título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados

Código RUCT: 2502473. Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
R.D. 1393/2007, modificado por R.D. 861/2010, Anexo I, apartado 5.1.
Estructura de las enseñanzas:

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Formación básica (FB).	60
Obligatorias (OB).	132
Optativas (OP).	42
Prácticas externas (PE).	–
Trabajo fin de grado (TFG).	6
Total.	240

Estructura del Plan de Estudios

Materia	Asignatura	ECTS	Tipo
Contabilidad.	Fundamentos de Contabilidad.	6	FB
	Análisis y Control de Gestión.	4,5	OB
	Auditoría Interna del Área Comercial.	6	OP
Finanzas.	Análisis y Financiación de Proyectos Empresariales.	4,5	OB
	Gestión Financiera.	6	OP
	Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa.	6	OP
Organización de Empresas.	Introducción a la Economía de la Empresa.	6	FB
	Dirección de Equipos.	3	OB
	Dirección Estratégica.	6	OB
	Dirección y Gestión de la Innovación.	6	OP
	Creación de Empresas.	6	OP
Comercialización e Investigación de Mercados.	Dirección de Marketing.	4,5	OB
	Políticas de Producto y Precio.	4,5	OB
	Fundamentos de Investigación de Mercados.	6	OB
	Comportamiento del Consumidor.	6	OB
	Comunicación Comercial.	6	OB
	Distribución Comercial.	4,5	OB
	Investigación de Mercados Avanzada.	6	OB
	Marketing Digital.	6	OB
	Marketing Internacional y Comercio Exterior.	6	OB
	Estrategia de Marketing.	6	OB
	Temas Avanzados en Comunicación y Distribución Comercial.	6	OP
	Herramientas de Marketing Digital.	6	OP
	Simulación en Marketing.	6	OP
Marketing en Áreas Específicas.	6	OP	
Análisis Económico.	Introducción a la Economía.	6	FB
	Microeconomía.	6	OB
	Macroeconomía.	6	OB
	Comercio y Relaciones Financieras Internacionales.	4,5	OB
	Economía del Consumo y la Demanda.	6	OP
	Análisis de la Coyuntura.	6	OP
	Economía Industrial.	6	OP

Materia	Asignatura	ECTS	Tipo
Estructura e Instituciones Económicas.	Economía Mundial.	6	FB
	Estructura Económica Sectorial.	4.5	OB
	Integración Comercial Internacional.	6	OP
Hacienda Pública y Fiscalidad.	Tributación Comercial.	6	OB
Política Económica.	Principios de Política Económica.	3	OB
Estadística y Econometría.	Estadística I.	6	FB
	Estadística II.	6	OB
	Técnicas Cuantitativas de Previsión.	6	OB
	Análisis Multivariante de Datos Económicos.	6	OB
	Muestreo y Fuentes Estadísticas.	6	OP
Matemáticas.	Matemáticas I.	6	FB
	Matemáticas II.	6	FB
Marco Jurídico.	Introducción al Derecho.	6	FB
	Régimen Jurídico del Mercado I.	3	OB
	Régimen Jurídico del Mercado II.	3	OB
	Régimen Jurídico de la Distribución Comercial.	6	OP
Historia Económica.	Historia Económica Mundial.	6	FB
	Economía y Negocios en la América Latina del siglo XX.	6	OP
Sociología.	Sociología.	6	FB
	Psico-Sociología del Consumo.	4,5	OB
	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados.	6	OP
	Investigación de la Opinión Pública.	6	OP
Prácticas externas.	Prácticas Externas I.	6	OP
	Prácticas Externas II.	6	OP
	Prácticas Externas III.	6	OP
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6	OB

Organización Temporal del Plan de Estudios

Primer curso

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Matemáticas I.	FB	6	Primero.
Introducción al derecho.	FB	6	Primero.
Sociología.	FB	6	Primero.
Historia económica mundial.	FB	6	Primero.
Introducción a la economía.	FB	6	Primero.

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Matemáticas II.	FB	6	Segundo.
Introducción a la economía de la empresa.	FB	6	Segundo.
Estadística I.	FB	6	Segundo.
Fundamentos de contabilidad.	FB	6	Segundo.
Economía mundial.	FB	6	Segundo.

Segundo curso

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Microeconomía.	OB	6	Primero.
Estadística II.	OB	6	Primero.
Tributación comercial.	OB	6	Primero.
Dirección de marketing.	OB	4,5	Primero.
Estructura económica sectorial.	OB	4,5	Primero.
Régimen jurídico del mercado I.	OB	3	Primero.
Macroeconomía.	OB	6	Segundo.
Técnicas cuantitativas de previsión.	OB	6	Segundo.
Fundamentos de investigación de mercados.	OB	6	Segundo.
Políticas de producto y precio.	OB	4,5	Segundo.
Psico-sociología del consumo.	OB	4,5	Segundo.
Régimen jurídico del mercado II.	OB	3	Segundo.

Tercer curso

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Análisis multivariante de datos económicos.	OB	6	Primero.
Comunicación comercial.	OB	6	Segundo.
Comportamiento del consumidor.	OB	6	Segundo.
Distribución comercial.	OB	4,5	Segundo.
Análisis y control de gestión.	OB	4,5	Primero.
Principios de política económica.	OB	3	Primero.
Investigación de mercados avanzada.	OB	6	Segundo.
Marketing digital.	OB	6	Segundo.
Marketing internacional y comercio exterior.	OB	6	Segundo.
Comercio y relaciones financieras internacionales.	OB	4,5	Segundo.
Análisis y financiación de proyectos empresariales.	OB	4,5	Segundo.
Dirección de equipos.	OB	3	Segundo.

Cuarto curso

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Dirección Estratégica.	OB	6	Primero.
Estrategia de Marketing.	OB	6	Primero.
Optativas o Prácticas Externas I.	OP	18	Primero.
Optativas o Prácticas Externas II.	OP	18	Segundo.
Optativas o Prácticas Externas III.	OP	6	Segundo.
Trabajo fin de grado.	OB	6	Segundo.

Listado de asignaturas optativas

Cuarto curso

Asignatura	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Bloque A. Formación específica para marketing e investigación de mercados			
Temas avanzados en comunicación y distribución comercial.	OP	6	Primero.
Herramientas de marketing digital.	OP	6	Primero.
Simulación en marketing.	OP	6	Segundo.
Marketing en áreas específicas.	OP	6	Segundo.
Creación de empresas.	OP	6	Segundo.
Análisis cualitativo de la investigación de mercados.	OP	6	Primero.
Investigación de la opinión pública.	OP	6	Segundo.
Muestreo y fuentes estadísticas.	OP	6	Segundo.
Auditoría interna del área comercial.	OP	6	Segundo.
Bloque B. Formación complementaria para marketing e investigación de mercados			
Gestión financiera.	OP	6	Primero.
Dirección y gestión de la innovación.	OP	6	Primero.
Responsabilidad social y gobierno de la empresa.	OP	6	Segundo.
Economía y negocios en la América Latina del s. XX.	OP	6	Primero.
Régimen jurídico de la distribución comercial.	OP	6	Segundo.
Integración comercial internacional.	OP	6	Primero.
Economía del consumo y la demanda.	OP	6	Segundo.
Análisis de la coyuntura.	OP	6	Segundo.
Economía industrial.	OP	6	Primero.
Prácticas externas			
Prácticas Externas I.	OP	6	Primero.
Prácticas Externas II.	OP	6	Segundo.
Prácticas Externas III.	OP	6	Segundo.

Por razones de índole organizativa, la Universidad de Valladolid se reserva la posibilidad de variar la relación de asignaturas optativas, así como la de no ofertar alguna de las asignaturas optativas relacionadas.

Para ampliar información acerca de este plan de estudios se puede acudir a la página Web de la Universidad de Valladolid: <http://www.uva.es>