III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

23016 *Resolución de 21 de octubre de 2026, de la Universidad de Málaga, por la que se publica el plan de estudios de Graduado o Graduada en Inteligencia y Analítica de Mercados.*

Habiendo obtenido el plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del Título de Graduado o Graduada en Inteligencia y Analítica de Mercados por la Universidad de Málaga resolución de verificación positiva del Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía, así como autorización de la Comunicad Autónoma de Andalucía y, una vez establecido el carácter oficial del citado título y llevada a cabo su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos por Acuerdo del Consejo de Ministros de 13 de octubre de 2026 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 20 de octubre de 2026),

Este Rectorado, en uso de las competencias que tiene atribuidas, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, y en el artículo 27 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, resuelve ordenar la publicación del plan de estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Graduado o Graduada en Inteligencia y Analítica de Mercados por la Universidad de Málaga, que queda estructurado según se hace constar en el anexo a esta resolución.

Málaga, 21 de octubre de 2026.–El Rector, Juan Teodomiro López Navarrete.

ANEXO

Plan de Estudios de las enseñanzas conducentes a la obtención del Título Universitario Oficial de Graduado o Graduada en Inteligencia y Analítica de Mercados por la Universidad de Málaga

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

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica (BA).	60
Obligatorias (OB).	162
Optativas (OP).	12
Prácticas Académicas Externas (PE).	0
Trabajo Fin de Grado (TFG).	6
Total.	240

cve: BOE-A-2026-23016
Verificable en https://www.boe.es

Estructura de las enseñanzas por módulos y materias

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Módulo de Formación Básica (60 Créditos)			
Fundamentos de Programación (6 créditos).	Fundamentos de Programación.	6	BA
Fundamentos de Marketing (6 créditos).	Fundamentos de Marketing.	6	BA
Fundamentos de Matemáticas para la Gestión (6 créditos).	Fundamentos de Matemáticas para la Gestión.	6	BA
Empresas y Modelos de Negocios Digitales (6 créditos).	Empresas y Modelos de Negocios Digitales.	6	BA
Inteligencia de Clientes y Tendencias de Consumo (6 créditos).	Inteligencia de Clientes y Tendencias de Consumo.	6	BA
Fundamentos de Economía (6 créditos).	Fundamentos de Economía.	6	BA
Sistemas de Información Contable (6 créditos).	Sistemas de Información Contable.	6	BA
Estadística para el Análisis de Datos I (6 créditos).	Estadística para el Análisis de Datos I.	6	BA
Bases de Datos (6 créditos).	Bases de Datos.	6	BA
Análisis Inteligente de Datos I (6 créditos).	Análisis Inteligente de Datos I.	6	BA
Módulo de Obligatorias (162)			
Derecho Civil: Mercado de Datos e IA (6 créditos).	Derecho Civil: Mercado de Datos e IA.	6	OB
Programación Avanzada (6 créditos).	Programación Avanzada.	6	OB
Optimización Matemática para la Toma de Decisiones (6 créditos).	Optimización Matemática para la Toma de Decisiones.	6	OB
Dirección Estratégica Basada en Datos (6 créditos).	Dirección Estratégica Basada en Datos.	6	OB
Estadística para el Análisis de Datos II (6 créditos).	Estadística para el Análisis de Datos II.	6	OB
Competencia en Mercados y Teoría de Juegos (6 créditos).	Competencia en Mercados y Teoría de Juegos.	6	OB
Marketing Estratégico (6 créditos).	Marketing Estratégico.	6	OB
Marketing Digital (6 créditos).	Marketing Digital.	6	OB
Investigación de Mercados Cuantitativa (6 créditos).	Investigación de Mercados Cuantitativa.	6	OB
Ciberseguridad (6 créditos).	Ciberseguridad.	6	OB
Economía del Comportamiento (6 créditos).	Economía del Comportamiento.	6	OB
Estadística Multivariante (6 créditos).	Estadística Multivariante.	6	OB
Derecho Mercantil e Inteligencia de Mercados (6 créditos).	Derecho Mercantil e Inteligencia de Mercados.	6	OB
Análisis Inteligente de Datos II (6 créditos).	Análisis Inteligente de Datos II.	6	OB
Investigación de Mercados Cualitativa (6 créditos).	Investigación de Mercados Cualitativa.	6	OB
Investigación de Mercados en Entornos Digitales (6 créditos).	Investigación de Mercados en Entornos Digitales.	6	OB
Inteligencia de Marketing I: Precios (6 créditos).	Inteligencia de Marketing I: Precios.	6	OB
Toma de Decisiones Basada en Datos (6 créditos).	Toma de Decisiones Basada en Datos.	6	OB
Visualización de Datos (6 créditos).	Visualización de Datos.	6	OB
Procesamiento y Análisis de Datos Complejos (6 créditos).	Procesamiento y Análisis de Datos Complejos.	6	OB
Inteligencia Artificial para el Análisis de Mercados (6 créditos).	Inteligencia Artificial para el Análisis de Mercados.	6	OB
Técnicas Econométricas para la Predicción (6 créditos).	Técnicas Econométricas para la Predicción.	6	OB
Inteligencia de Marketing II: Branding y Reputación (6 créditos).	Inteligencia de Marketing II: Branding y Reputación.	6	OB
Análisis de Datos para la Innovación Empresarial (6 créditos).	Análisis de Datos para la Innovación Empresarial.	6	OB
Inteligencia de Marketing III: Distribución y Logística (6 créditos).	Inteligencia de Marketing III: Distribución y Logística.	6	OB

cve: BOE-A-2026-23016
Verificable en https://www.boe.es

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Inteligencia de Marketing IV: Comunicación (6 créditos).	Inteligencia de Marketing IV: Comunicación.	6	OB
Gestión de Proyectos (6 créditos).	Gestión de Proyectos.	6	OB
Módulo de Optativas (36 créditos, de los que el estudiantado deberá superar, al menos,12)			
Neuromarketing y Técnicas de Experimentación (6 créditos).	Neuromarketing y Técnicas de Experimentación.	6	OP
Inteligencia de Mercados para la Internacionalización (6 créditos).	Inteligencia de Mercados para la Internacionalización.	6	OP
Inteligencia de Mercados para el Sector Turístico (6 créditos).	Inteligencia de Mercados para el Sector Turístico.	6	OP
Sistemas de Información Financiera (6 créditos).	Sistemas de Información Financiera.	6	OP
Prácticas en Empresas (12 créditos).	Prácticas en Empresas.	12	OP
Módulo de Trabajo Fin de Grado (6 Créditos)			
Trabajo Fin de Grado.	Trabajo Fin de Grado.	6	TFG

Organización temporal del plan de estudios

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Primer curso			
Fundamentos de Programación.	1	BA	6
Fundamentos de Marketing.	1	BA	6
Fundamentos de Matemáticas para la Gestión.	1	BA	6
Empresas y Modelos de Negocios Digitales.	1	BA	6
Derecho civil: Mercado de Datos e IA.	1	OB	6
Programación Avanzada.	2	OB	6
Inteligencia de Clientes y Tendencias de Consumo.	2	BA	6
Fundamentos de Economía.	2	BA	6
Sistemas de Información Contable.	2	BA	6
Estadística para el Análisis de Datos I.	2	BA	6
Segundo curso			
Bases de Datos.	1	BA	6
Optimización Matemática para la Toma de Decisiones.	1	OB	6
Dirección Estratégica Basada en Datos.	1	OB	6
Estadística para el Análisis de Datos II.	1	OB	6
Competencia en Mercados y Teoría de Juegos.	1	OB	6
Marketing Estratégico.	2	OB	6
Marketing Digital.	2	OB	6
Investigación de Mercados Cuantitativa.	2	OB	6
Análisis Inteligente de Datos I.	2	BA	6
Ciberseguridad.	2	OB	6

cve: BOE-A-2026-23016
Verificable en https://www.boe.es

Asignaturas	Semestre	Carácter	ECTS
Tercer curso			
Economía del Comportamiento.	1	OB	6
Estadística Multivariante.	1	OB	6
Derecho Mercantil e Inteligencia de Mercados.	1	OB	6
Análisis Inteligente de Datos II.	1	OB	6
Investigación de Mercados Cualitativa.	1	OB	6
Investigación de Mercados en Entornos Digitales.	2	OB	6
Inteligencia de Marketing I: Precios.	2	OB	6
Toma de Decisiones Basada en Datos.	2	OB	6
Visualización de Datos.	2	OB	6
Procesamiento y Análisis de Datos Complejos.	2	OB	6
Cuarto curso			
Inteligencia Artificial para el Análisis de Mercados.	1	OB	6
Técnicas Econométricas para la Predicción.	1	OB	6
Inteligencia de Marketing II: Branding y Reputación.	1	OB	6
Análisis de Datos para la Innovación Empresarial.	1	OB	6
Inteligencia de Marketing III: Distribución y Logística.	1	OB	6
Inteligencia de Marketing IV: Comunicación.	2	OB	6
Gestión de Proyectos.	2	OB	6
Neuromarketing y Técnicas de Experimentación.	2	OP	6
Inteligencia de Mercados para la Internacionalización.	2	OP	6
Inteligencia de Mercados para el Sector Turístico.	2	OP	6
Sistemas de Información Financiera.	2	OP	6
Prácticas en Empresas.	2	OP	12
Trabajo Fin de Grado.	2	TFG	6

Acreditación de conocimiento de idiomas para la expedición del título:

Con carácter previo a la expedición del correspondiente título universitario oficial de Graduado/a, el estudiantado deberá acreditar el conocimiento de un segundo idioma, distinto del castellano y de las demás lenguas españolas cooficiales, en el nivel B1 correspondiente al «Marco Europeo Común de Referencia para las Lenguas». La citada acreditación deberá efectuarse de acuerdo con las previsiones del Convenio de Colaboración suscrito entre las Universidades de Andalucía para la acreditación de lenguas extranjeras, de fecha 2 de julio de 2011, y su posterior desarrollo.

cve: BOE-A-2026-23016
Verificable en https://www.boe.es