

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

- 879** *Resolución de 18 de diciembre de 2012, de la Universidad Oberta de Catalunya, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.*

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, autorizada su implantación por la Comunidad Autónoma de Catalunya, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de junio de 2011, publicado en el «BOE» de 14 de julio de 2011, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 27 de junio de 2011, este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del Título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados.

El plan de estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo de la misma.

Barcelona, 18 de diciembre de 2012.–La Rectora, Imma Tubella Casadevall.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio. Anexo I, apartado 5.1 Estructura de las enseñanzas

1. Distribución en créditos ECTS de las materias que constituyen el plan de estudios.

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica	60
Obligatorias	126
Optativas	48
Trabajo Fin de Grado	6
Total	240

2. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.
3. Créditos de Formación Básica. Distribución en materias y asignaturas.

Rama de conocimiento	Materia	Asignatura vinculada	Créditos
Ciencias sociales y jurídicas	Empresa	Introducción a la empresa	6
		Introducción a la información financiera	6
		Fundamentos de marketing	6
	Economía	Mercados y conducta	6
		Comportamiento de los agregados económicos	6
	Estadística	Fundamentos de estadística	6
Derecho	Introducción al derecho	6	
Materias de carácter transversal para la universidad		Iniciativa emprendedora	6
		Iniciación a las competencias TIC	6
		Idioma moderno: Inglés I	6

4. Plan de estudios por curso académico

Primer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignaturas	Tipo de materia ¹	Créditos ECTS	Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS
Iniciación a las competencias TIC	B	6	Fundamentos de marketing	B	6
Iniciativa emprendedora	B	6	Introducción al derecho	B	6
Introducción a la empresa	B	6	Fundamentos de estadística	B	6
Introducción a la información financiera	B	6	Comportamiento de los agregados económicos	B	6
Mercados y conducta	B	6	Idioma moderno: Inglés I	B	6
Total		30	Total		30

Segundo curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS
Estructura económica	O	6	Inversión empresarial	O	6
Personas y organizaciones	O	6	Decisiones tácticas de producción	O	6
Estadística aplicada	O	6	Análisis multivariante	O	6
Dirección de marketing	O	6	Comportamiento del consumidor	O	6
Técnicas de expresión escrita académica y profesional	O	6	Idioma moderno: Inglés II	O	6
Tota		30	Total		30

Tercer curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS
Análisis de los estados financieros	O	6	Control presupuestario y de gestión	O	6
Régimen jurídico del mercado	O	6	Canales de distribución	O	6
Investigación de mercados	O	6	Marketing cuantitativo	O	6
Dirección de productos y marcas	O	6	Estrategias y técnicas de comunicación de marketing	O	6
Optativa 1	OP	6	Optativa 2	OP	6
Total		30	Total		30

Cuarto curso

Primer semestre			Segundo semestre		
Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Tipo de materia	Créditos ECTS
Logística	O	6	Optativa 5	OP	6
Marketing electrónico	O	6	Optativa 6	OP	6
Planificación estratégica de marketing	O	6	Optativa 7	OP	6
Optativa 3	OP	6	Optativa 8	OP	6
Optativa 4	OP	6	Trabajo final de grado	O	6
Total		30	Total		30

5. Materias optativas

Asignaturas	Créditos ECTS	Asignaturas	Créditos ECTS
Comercio exterior	6	Negociación	6
Comunicación e imagen corporativa	6	Negocio electrónico	6
Dirección publicitaria	6	Prácticas empresariales I	6
Integración de mercados	6	Prácticas empresariales II	6
Interacción humana con los ordenadores	6	Técnicas de venta	6
<i>International management</i>	6	Tecnologías del comercio electrónico	6

Asignaturas	Créditos ECTS	Asignaturas	Créditos ECTS
Habilidades directivas	6	Temas actuales de marketing	6
Marketing internacional	6	Uso de bases de datos	6
Minería de datos	6		

¹ (B) Materias de Formación Básica, (O) Materias Obligatorias, (OP) Materias Optativas.