

## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MIM)

ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN BÁSICA			
MATERIAS	CRÉDITOS	ASIGNATURAS	CARÁCTER
Historia	6	Historia del Desarrollo Económico Mundial Contemporáneo	BAS
Derecho	6	Introducción al Derecho	BAS
Estadística	12	Técnicas Cuantitativas I	BAS
		Técnicas Cuantitativas II	BAS
Matemáticas	6	Matemáticas	BAS
Empresa	24	Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas	BAS
		Introducción al Marketing	BAS
		Introducción a las Operaciones Financieras	BAS
		Contabilidad General	BAS
Economía	18	Economía Política	BAS
		Microeconomía	BAS
		Macroeconomía	BAS

ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN OBLIGATORIA			
MÓDULOS	CRÉDITOS	ASIGNATURAS	CARÁCTER
MÉTODOS CUANTITATIVOS	12	Técnicas Cuantitativas III	OBL
		Econometría	OBL
ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	6	Dirección y Administración de Empresas	OBL
DIRECCIÓN COMERCIAL	12	Dirección Comercial I	OBL
		Dirección Comercial II	OBL
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	18	Comportamiento del Consumidor	OBL
		Investigación de Mercados I	OBL
		Investigación de Mercados II	OBL
MARKETING SECTORIAL	12	Marketing Sectorial	OBL
		Marketing Social y Político	OBL
COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING	12	Comunicación Integrada de Marketing I	OBL
		Comunicación Integrada de Marketing II	OBL
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	12	Distribución Comercial I	OBL
		Distribución Comercial II	OBL
DIRECCIÓN E INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL	12	Investigación de Mercados III	OBL
		Marketing Internacional	OBL
ECONOMÍA INTERNACIONAL	12	Economía Española y Mundial	OBL
		Comercio Exterior	OBL

ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN MIXTA				
MÓDULOS	CRÉDITOS	ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CARÁCTER
DIRECCIÓN DE LAS RELACIONES Y VENTAS	12	Dirección de Ventas	6	OBL
		Logística y Merchandising	6	OPT
PROYECCIÓN PROFESIONAL	24	Creación de Empresas	6	OBL
		Trabajo Fin de Grado	6	OBL
		Prácticas externas o materia sustitutiva	12	OPT

## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MIM)

ESTRUCTURA DE LA FORMACIÓN OPTATIVA			
MÓDULOS	CRÉDITOS	ASIGNATURAS	CARÁCTER
DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN	12	Desarrollo de Nuevos Productos	OPT
		Planificación de Medios y Soportes	OPT
EXTENSIONES DEL MARKETING	12	Marketing Electrónico	OPT
		Marketing Cultural y Turístico	OPT
ANÁLISIS ESTADÍSTICO	12	Análisis de Datos Cualitativos	OPT
		Técnicas Estadísticas Multivariantes	OPT
GESTIÓN EMPRESARIAL	12	Información Contable para la Gestión	OPT
		Gestión Medioambiental y de la Calidad Empresarial	OPT
SOCIOLOGÍA Y DERECHO MERCANTIL	12	Sociología del Consumo	OPT
		Régimen Jurídico del Mercado	OPT
SOPORTE INFORMÁTICO PARA LA EMPRESA	12	Informática Aplicada a la Gestión Comercial	OPT
		Sistemas Informáticos de Soporte a la Colaboración y la Decisión	OPT
HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	6	Historia de la Actividad Comercial y del Marketing	OPT
INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN	6	Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	OPT

Con el objeto de favorecer la transversalidad entre distintos planes y de que el estudiante participe en el diseño de su formación, podrá cursar la optatividad de entre la oferta de optativas de la propia titulación o elegir módulos completos de otras titulaciones que se oferten en la Universidad de Granada y, en particular, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. No obstante, con vistas a favorecer la formación en materia de informática, los estudiantes podrán cursar no sólo el módulo completo, sino de forma independiente cualquier materia de Informática de las previstas en los Títulos de Contabilidad y Finanzas, Marketing e Investigación de Mercados y Turismo.