

Acceso: requisitos de acceso y criterios de admisión

Grado en Marketing e Investigación de Mercados



**Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación**

Índice

1- Requisitos de acceso y criterios de admisión	3
--	----------

1- Requisitos de acceso y criterios de admisión

La Ley Orgánica 2 de 2006 de 3 de mayo, de Educación, establece en su artículo 38 que el acceso a los estudios universitarios exigirá, además de la posesión del título de Bachiller, la superación de un apueba que permita valorar, junto con las calificaciones obtenidas en el bachillerato, la madurez académica, los conocimientos y la capacidad de los estudiantes para seguir con éxito las enseñanzas universitarias.

El RD 1892/2008, de 14 de noviembre, regula las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

Para la adjudicación de plazas a los estudiantes que quieran acceder a los estudios de graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados, según el RD 1892/2008, tendrán opción preferente los estudiantes cuyo cuarto ejercicio de la fase general corresponda a una materia vinculada a la rama de conocimiento de la enseñanza a la que se solicita acceder. Según el artículo 14.2 del mencionado RD la nota de admisión incorporará las calificaciones de las materias de la fase específica en el caso de que dichas materias estén adscritas a la rama de conocimiento del título al que se quiera ser admitido.