

## **Calendario de implantación del título**

# **Grado en Marketing e Investigación de Mercados**



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

## Índice

<b>1- Calendario de implantación del título .....</b>	<b>3</b>
<b>Cronograma de implantación del título.....</b>	<b>3</b>
<b>2- Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores .....</b>	<b>3</b>
<b>3- Criterios y procedimiento específico para una posible extinción del título.....</b>	<b>5</b>

## 1- Calendario de implantación del título

### Cronograma de implantación del título

El cronograma la implantación del título queda reflejado en la siguiente tabla, donde la implantación del título se hará empezando el primer curso en el año académico 2010-11 y en el curso 2013-2014 quedará completamente implantado el grado.

CURSO DE INICIO:	CURSOS IMPLANTADOS DEL GRADO	CURSOS EXTINGUIDOS DE LA DIPLOMATURA
2010/2011	1º	1º
2011/2012	1º y 2º	1º y 2º
2012/2013	1º, 2º y 3º	1º, 2º y 3º
2013/2014	1º, 2º, 3º y 4º	

En líneas generales, la extinción del título de Diplomado en Ciencias Empresariales se realizará curso a curso, a partir de primero en el año académico en que se implante el título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Los alumnos tendrán derecho a presentarse a examen durante las convocatorias y años académicos que así lo autorice la normativa correspondiente una vez extinguidos los cursos de la Diplomatura.

Con respecto a las asignaturas optativas, su extinción se realizará de acuerdo con la planificación específica que a estos efectos se apruebe, de modo que la retirada de la oferta se acompañe a las nuevas necesidades de implantación del Grado.

## 2- Procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de enseñanzas anteriores

A efectos exclusivamente de facilitar la adaptación entre ambas titulaciones, se establece el cuadro de reconocimiento entre asignaturas que aparece más abajo. Para su elaboración se ha tenido en cuenta que la decisión de reconocimiento se adopta tomando en consideración, en términos de conjunto, que los objetivos generales y resultados de aprendizaje alcanzados en los contenidos cursados por un estudiante sean comparables a aquellos para los que solicita el reconocimiento. Las resoluciones de reconocimiento podrán acompañarse de recomendaciones para que el alumno complete su formación en una o varias materias. En cualquier caso, los criterios de reconocimiento que contempla la presente Memoria podrán ser ampliados a otros casos si la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Centro determina que hay situaciones que no han sido contempladas con la perspectiva adecuada, y que puedan perjudicar el desarrollo curricular de algún estudiante.

En todo caso, se hará valer el criterio de reconocer los contenidos relacionados con la titulación, e identificar las materias que deba cursar un alumno para completar las competencias del Grado.

PROPUESTA DE ADAPTACIONES DE LA DIPLOMATURA AL GRADO			
DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES BOE 22/11/2002)	CREDITOS LRU	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS	CREDITOS ECTS
Economía Política (TR)	7,5	Economía (C)	6
Matemáticas (TR)	9	Matemáticas (C)	6
Contabilidad Financiera (TR)	12	Fundamentos de contabilidad financiera (C)	6
Derecho Civil (TR)	4,5	Derecho empresarial I (C)	6
Derecho Mercantil (TR)	4,5		
Derecho Mercantil (TR)	4,5	Derecho Empresarial II (OB)	6
Regulación de las Relaciones Laborales y Obligaciones de la S. S. (TR)			
Dirección Comercial(TR)	9	Introducción al Marketing (C)	6
		Dirección de Marketing (OB)	6
Introducción a la Economía de la Empresa (OB)	4,5	Introducción a la Economía de la Empresa (C)	6
Organización y Administración de Empresas (TR)	12	Dirección de Empresas (OB)	6
Economía Española y Mundial (TR)	7,5	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico (OB)	6
Estadística Empresarial (TR)	9	Estadística (C)	6
Microeconomía (OP)	4,5	Microeconomía(C)	6
Informática Aplicada a la Gestión de la Empresa (TR)	6	Dirección de Sistemas de Información de Marketing (OP)	6
Historia Económica (OB)	4,5	Historia económica(C)	6
Creación de Empresas (OB)	4,5	Creación de Empresas (OB)	6
Comunicación Comercial (OP)	6	Comunicación Comercial I (OB)	6
Estadística Aplicada (OP)	4,5	Estadística Avanzada (OB)	6
Ingles Empresarial (OP)	6	Inglés Aplicado al Marketing (OP)	6
Investigación de Mercados (OP)	4,5	Investigación de Mercados I (OB)	6
Macroeconomía (OP)	4,5	Macroeconomía (OB)	6
Marketing Internacional (OP)	6	Fundamentos de Marketing Internacional (OP)	6
Tecnología Informática Comercial (OP)	4,5	Redes de Computación y Aplicaciones de Comunicación (OP)	6
TR - Troncal. OB - Obligatoria OP - Optativa		C - Común. OB - Obligatoria OP - Optativa	

### Adaptación de estudios

Atendiendo al interés estratégico de la UCA se acuerda establecer criterios lo más amplios y beneficiosos posible siempre dentro de la coherencia académica.

Por ello se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

a. Reconocimiento de un crédito LRU por un crédito ECTS; la comisión correspondiente de cada centro acordará qué créditos del plan de grado se adaptan mejor a los créditos cursados por el alumno a partir de las competencias adquiridas.

b. Con base en el punto a):

Aquellos que tengan el título de Diplomado en Ciencias Empresariales obtendrán el título de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados cursando 42 créditos a establecer por la Comisión competente del Centro, incluyendo en éstos la elaboración y defensa del trabajo de Fin de Grado. En el caso de diplomados en Ciencias Empresariales por la Universidad de Cádiz pertenecientes al plan de estudios publicado en BOE nº 280 de fecha 22 de noviembre de 2002, estos 42 créditos se obtendrán, salvo que la Comisión de Garantía de Calidad del Centro considere conveniente otras, cursando, las siguientes asignaturas:

- Investigación de Mercados I, si la tiene cursada se sustituye por Producto y Precio
- Comunicación Comercial I, si la tiene cursada se sustituye por Marketing Sectorial
- Distribución Comercial I
- Investigación de Mercados II
- Comunicación Comercial II
- Distribución Comercial II
- Trabajo fin de grado (6 créditos)

Para estudiantes que hayan cursado otros planes de estudios, la Comisión de Garantía de Calidad del Centro estudiará cuáles serán las asignaturas a cursar para que las competencias del grado queden cubiertas.

c. Aquellos alumnos de la misma Rama, a los que se les reconozca los 60 créditos fundamentales por el Real Decreto, se les recomendará que realicen los créditos que se consideren esenciales para que puedan continuar sus estudios con aprovechamiento

d. Cualquier otra consideración no indicada anteriormente será tratada de manera individualizada por la Comisión competente de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

### 3- Criterios y procedimiento específico para una posible extinción del título

<http://sgc.uca.es/sgc-v-1-1/P15-Procedimiento-y-criterios-en-el-caso-de-extincion-de-titulos-v1.1-CG.pdf>