

**Datos de identificación del título**

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



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

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

### 1. Denominación del título

Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

### 2. Rama de conocimiento

Ciencias Sociales y Jurídicas (código ISCED1: 342; cód. ISCED2: 345).

### 3. Fecha de publicación del título en BOE e inscripción en el RUCT

Resolución de la Secretaría de Estado de Universidades de 18 de octubre de 2010, publicado en BOE nº 273 de 11 de noviembre de 2010.

- Código RUCT

2501753

- Inscripción en el RUCT

Fecha de alta en el Registro: 1 de octubre de 2010.

### 4. Publicación del plan de estudios en BOE

Resolución de 27 de enero de 2014 por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados, publicado en BOE nº 48 de 25 de febrero de 2014.

### 5. Centro responsable del título

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

### 6. Centros en los que se oferta el título

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

### 7. Título conjunto

No existen convenios de colaboración con otros centros.

### 8. Primer curso académico de implantación del título

Curso 2010/2011.

### 9. Duración del programa formativo

En el título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Cádiz un estudiante a tiempo completo deberá cursar 240 créditos ECTS a lo largo de cuatro años, ajustándose así a lo establecido en el RD 1393/2007. En ese total se incluyen 60 créditos correspondientes a materias de formación básica, distribuyéndose el resto en materias obligatorias, prácticas externas, trabajo fin de grado y optativas.

Curso	Tipo de materia	Créditos ECTS
Primero	Formación Básica	60
Segundo	Obligatorias / Optativas	60
Tercero	Obligatorias / Optativas	60
Cuarto	Obligatorias / Optativas	54
	Trabajo Fin de Grado	6
	<b>Créditos totales</b>	<b>240</b>

### 10. Modalidad de enseñanza

Presencial.

### 11. Lenguas utilizadas en la impartición del título

Español, si bien podrían impartirse algunas materias en otros idiomas.

### 12. Salidas académicas en relación con otros estudios

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados habilita para el acceso a estudios de Máster y, en especial, al Máster en Dirección de Marketing Digital y Social que imparte la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en la Universidad de Cádiz.

### 13. Salidas profesionales

En este sentido, el objetivo del título consiste en formar a futuros profesionales del ámbito de marketing en:

- Gestión comercial y de negocios,
- Asesoría y consultoría comercial,
- la investigación de mercados y el análisis del comportamiento de los consumidores,
- el desarrollo de bienes, servicios e ideas,
- la gestión de precios,
- la distribución,
- la comunicación comercial,
- la gestión de ventas,
- la planificación comercial y
- gestión de redes sociales.

Tanto en el ámbito privado como público (no hay que olvidar el importante impulso que está adquiriendo el marketing en este ámbito).

No podemos olvidar que las tecnologías de la información y la comunicación está revolucionando la relación entre empresa y cliente, eje principal sobre el que deben girar las empresas.

Por este motivo el marketing se presenta como disciplina dinámica, en la que surgen nuevas oportunidades de empleo como es el caso de Community Manager, Director de Marketing Online, Asesor Freelance etc.

#### 14. Profesión regulada para la que capacita el título

El título no está vinculado a ninguna profesión regulada.

#### 15.- Información de la oferta de títulos dobles

El título forma parte de los dobles grados:

- Marketing e Investigación de Mercados-Turismo:

<https://ccsociales.uca.es/grados/doble-grado-en-marketing-e-im-y-turismo/>

- Publicidad y RRPP- Marketing e Investigación de Mercados: <https://ccsociales.uca.es/grados/doble-grado-en-publicidad-y-rrpp-y-en-marketing-e-inves/>

#### 16.- 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.

### 17.- 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.

<b>PROPUESTA DE ADAPTACIONES DE LA DIPLOMATURA AL GRADO</b>			
<b>DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES BOE 22/11/2002)</b>	<b>CREDITOS LRU</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS</b>	<b>CREDITOS ECTS</b>
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) Regulación de las Relaciones Laborales y Obligaciones de la S. S. (TR)	4,5 4,5	Derecho Empresarial II (OB)	6
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
Inglés 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.