

D.N.I.	Granada, / /	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 236
Apellido 1		
Apellido 2		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Nombre	Firma	Curso 2018-2019

**ANTES DE RELLENAR EL IMPRESO LEA LAS INSTRUCCIONES AL DORSO
 COMPRUEBE QUE LOS CÓDIGOS DE ASIGNATURAS SEÑALADOS EN ESTE IMPRESO COINCIDEN CON LOS QUE SE RELACIONAN EN LA CARTA DE PAGO**

Plan de estudios publicado en BOE nº 43, de 19 de febrero de 2011

Cur.	Cód.	Asignatura	Mat.	Tipo	Conv.	Créd. ECTS	
1º	11	<input type="checkbox"/> MATEMÁTICAS	T	S	1	6	
	12	<input type="checkbox"/> FUNDAMENTOS DE DIRECC. Y ADMINISTR. EMPRESAS	T	S	1	6	
	13	<input type="checkbox"/> INTRODUCCIÓN AL MARKETING	T	S	1	6	
	14	<input type="checkbox"/> INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	T	S	1	6	
	15	<input type="checkbox"/> ECONOMÍA POLÍTICA	T	S	1	6	
	16	<input type="checkbox"/> INTRODUCCIÓN AL DERECHO	T	S	2	6	
	17	<input type="checkbox"/> MICROECONOMÍA	T	S	2	6	
	18	<input type="checkbox"/> HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMP.	T	S	2	6	
	19	<input type="checkbox"/> CONTABILIDAD GENERAL	T	S	2	6	
	1A	<input type="checkbox"/> DIRECCIÓN COMERCIAL I	B	S	2	6	
2º	21	<input type="checkbox"/> MACROECONOMÍA	T	S	1	6	
	22	<input type="checkbox"/> TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	T	S	1	6	
	23	<input type="checkbox"/> DIRECCIÓN COMERCIAL II	B	S	1	6	
	24	<input type="checkbox"/> ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	B	S	1	6	
	25	<input type="checkbox"/> DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	B	S	1	6	
	26	<input type="checkbox"/> TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	T	S	2	6	
	27	<input type="checkbox"/> DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	B	S	2	6	
	28	<input type="checkbox"/> COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	B	S	2	6	
	29	<input type="checkbox"/> INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	B	S	2	6	
	2A	<input type="checkbox"/> COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	B	S	2	6	
3º	31	<input type="checkbox"/> ECONOMETRÍA	B	S	1	6	
	32	<input type="checkbox"/> INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	B	S	1	6	
	33	<input type="checkbox"/> COMERCIO EXTERIOR	B	S	1	6	
	34	<input type="checkbox"/> COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	B	S	1	6	
	35	<input type="checkbox"/> DIRECCIÓN DE VENTAS	B	S	1	6	
	36	<input type="checkbox"/> TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	B	S	2	6	
	37	<input type="checkbox"/> DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	B	S	2	6	
	38	<input type="checkbox"/> INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	B	S	2	6	
	39	<input type="checkbox"/> MARKETING SECTORIAL	B	S	2	6	
	3A	<input type="checkbox"/> MARKETING INTERNACIONAL	B	S	2	6	
4º	41	<input type="checkbox"/> CREACIÓN DE EMPRESAS	B	S	1	6	
	42	<input type="checkbox"/> MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	B	S	1	6	
	99	<input type="checkbox"/> TRABAJO FIN DE GRADO	B	S	2	6	
OPTATIVAS	Cód.	Asignatura	Curso*	Mat.	Tipo	Conv.	Créd. ECTS
	C1	<input type="checkbox"/> ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	4	P	S	1	6
	A1	<input type="checkbox"/> DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	4	P	S	1	6
	G1	<input type="checkbox"/> HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	4	P	S	1	6
	D1	<input type="checkbox"/> INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	4	P	S	2	6
	F1	<input type="checkbox"/> INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	4	P	S	1	6
	H1	<input type="checkbox"/> INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULT. Y NEGOCIAC.	4	P	S	1	6
	M1	<input type="checkbox"/> LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	4	P	S	2	6
	B2	<input type="checkbox"/> MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	4	P	S	2	6
	B1	<input type="checkbox"/> MARKETING ELECTRÓNICO	4	P	S	2	6
	A2	<input type="checkbox"/> PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	4	P	S	1	6
	P8	<input type="checkbox"/> PRÁCTICAS EXTERNAS	4	P	S	2	12
	E2	<input type="checkbox"/> RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	4	P	S	2	6
	F2	<input type="checkbox"/> SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y DECISIÓN	4	P	S	2	6
	E1	<input type="checkbox"/> SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	4	P	S	2	6
	C2	<input type="checkbox"/> TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	4	P	S	1	6

* Curso recomendado por el centro para cursar la asignatura y en el que, por tanto, se garantiza la compatibilidad horaria.