

ADAPTACIÓN AL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para conocimiento de los alumnos que quieren adaptar sus estudios al grado en Marketing e Investigación de Mercados, se establecen varios supuestos específicos por considerar que pueden ser los más comunes.

1. Estudiantes que han completado el primer curso de la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Zaragoza. En este caso, se reconoce la Formación Básica del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, Macroeconomía I y otra asignatura a criterio del órgano responsable del reconocimiento del nuevo grado, atendiendo al criterio general establecido.
2. Estudiantes que han completado el primer curso de la diplomatura de Ciencias Empresariales de la Universidad de Zaragoza y han superado la asignatura optativa "Historia Económica de la Empresa". En este caso se reconoce la Formación Básica del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, la asignatura Análisis y Valoración de las Operaciones Financieras y 6 créditos optativos.
3. Estudiantes que han completado el primer ciclo de la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Zaragoza. En este caso, se reconoce la Formación Básica, el segundo curso completo, la asignatura "Econometría" y la optativa equivalente del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.
4. Estudiantes que han completado los dos primeros cursos de la diplomatura de Ciencias Empresariales de la Universidad de Zaragoza y han superado las asignaturas optativas "Historia Económica de la Empresa" y "Macroeconomía". En este caso se les reconoce la Formación Básica y el segundo curso completo del Grado en Marketing e Investigación de Mercados
5. Estudiantes que han superado 234 créditos de la licenciatura de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Zaragoza, de los cuales como mínimo 192 son créditos troncales y obligatorios. En este caso, se facilitará el reconocimiento de 234 créditos del grado y si el estudiante aprueba el Trabajo Final de Grado, se le reconocerá como graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados.
6. Estudiantes que han finalizado la diplomatura de Ciencias Empresariales de la Universidad de Zaragoza se les equipara su título con el Grado en Marketing e Investigación de Mercados cursando 6 asignaturas obligatorias (36 créditos) del mismo: Comportamiento del Cliente, Investigación de Mercados II, Decisiones sobre Distribución Comercial, Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios y Plan de Marketing y el Trabajo Fin de Grado.
7. Atendiendo al criterio general, en aquellos casos específicos no mencionados en los supuestos anteriores, será el órgano responsable de los reconocimientos del nuevo grado el que establecerá la proximidad con las situaciones específicas descritas y decidirá las materias que se deben cursar, en función de los créditos superados.

TABLAS DE CORRESPONDENCIA ENTRE ASIGNATURAS DE LOS PLANES QUE SE EXTINGUEN Y EL PLAN DE GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TABLA DE CORRESPONDENCIA CON LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

LICENCIADO EN ADE				GRADO EN MIM		
Código	Asignatura	Créditos	Carácter	Asignatura/Materia	Créditos	Carácter
16000	Introducción a la Economía	6	OB	Microeconomía I	6	FB
16001	Introducción al Derecho Privado	6	T	Introducción al Derecho	6	FB
16002	Economía de la Empresa I	6	Tr	Fundamentos de ADE	6	FB
16003	Fundamentos de Contabilidad	6	T	Contabilidad Financiera I	6	FB
16004	Matemáticas I	6	T	Matemáticas I	6	FB
16005	Historia Económica	6	OB	Historia Económica y Economía Mundial	6	FB
16011	Estructura Económica Internacional	6	T			
16006	Microeconomía I	6	OB	Microeconomía I	6	FB
16007	Economía de la Empresa II	6	T	Introducción al Marketing	6	FB
16008	Planificación Contable Española	6	T	Contabilidad Financiera II	6	FB
16009	Estadística I	6	OB	Estadística I	6	FB
16010	Matemáticas II	6	T	Matemáticas II	6	FB
16012	Estructura Económica de España	6	T	Economía Española	6	OB
16013	Estadística II	6	T	Estadística II	6	OB
16014	Macroeconomía I	6	T	Macroeconomía I	6	OB
16015	Microeconomía II	6	T	Microeconomía II	6	OB
16016	Introducción a la Econometría	6	T	Econometría	6	OB
16032	Econometría II	4,5	T			
16017	Macroeconomía II	6	T	Macroeconomía II	6	OB
16018	Contabilidad Financiera	6	OB	Estados Financieros	6	OB
16019	Organización y Gestión Interna	6	Ob	Organización y Gestión Interna	6	OB
16021	Análisis y Valoración de Operaciones Financieras	6	OB	Análisis y Valoración de las Operaciones Financieras	6	OB
16024	Dirección Comercial I	4,5	T	Investigación de Mercados I	6	OB
16025	Dirección Estratégica I	4,5	T	Estrategias de Crecimiento Empresarial	5	OP
16027	Econometría I	4,5	T	Técnicas para predecir en Marketing	5	OP
16029	Dirección Comercial II	4,5	T	Comportamiento del Cliente	6	OB
16035	Control de Gestión	6	OB	Análisis y Presupuestación para el Marketing	5	OP
16037	Análisis de Datos Multivariante	6	OP	Análisis de Datos y Técnicas Multivariantes	6	OB
16038	Análisis de Mercados	6	OP	Introducción a la Investigación de Mercados	6	OB
16043	Comunicación Comercial	6	OP	Decisiones sobre Comunicación Comercial	6	OB
16058	Dirección de la Empresa Internacional	6	Op	Plan de Internacionalización de la Empresa	5	OP
16063	Economía de la Distribución Comercial	6	OP	Decisiones sobre Distribución Comercial	6	OB
16067	Inglés Empresarial	6	OP	Lengua Extranjera para el Marketing (Inglés)	5	OP
16068	Investigación de Mercados	6	OP	Investigación de Mercados II	6	OB

LICENCIADO EN ADE				GRADO EN MIM		
Código	Asignatura	Créditos	Carácter	Asignatura/Materia	Créditos	Carácter
16071	Marketing de Servicios	6	OP	Marketing de Organizaciones de Servicios	5	OP
16072	Marketing Estratégico	6	OP	Marketing Estratégico	5	OP
16074	Modelos de Decisión Comercial	6	OP	Simulación Comercial	5	OP
16076	Política de Producto e Innovación	6	OP	Decisiones sobre Producto y Marca	6	OB
16078	Régimen Fiscal de la Empresa	6	OP	Fiscalidad de la Empresa	6	OB
16080	Prácticas en Empresas	6	OP	Prácticas en Empresa I	5	OP
16086	Prácticas en Empresas	12	OP	Prácticas en Empresa I y II	10	OP

TABLA DE CORRESPONDENCIA CON LA DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES (ZARAGOZA)

DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES (ZARAGOZA)				GRADO EN MIM		
Código	Asignatura	Créditos	Carácter	Asignatura/Materia	Créditos	Carácter
24100	Contabilidad Financiera	9	T	Contabilidad Financiera I	6	FB
24101	Matemáticas Empresariales	9	T	Matemáticas I	6	FB
24102	Economía Política	6	OB	Microeconomía I	6	FB
24104	Organización y Admón. de Empresas I	6	T	Fundamentos de ADE	6	FB
24105	Introducción y Elementos del Derecho	7,5	T	Introducción al Derecho	6	FB
24109	Derecho Mercantil	7,5	T	Introducción al Derecho	6	FB
24106	Operaciones Financieras	6	T	Análisis y Valoración de Operaciones Financieras	6	OB
24107	Estadística Aplicada a la Empresa I	7,5	T	Estadística I	6	FB
24108	Organización y Admón. de Empresas II	6	T	Organización y Gestión Interna	6	OB
24111	Dirección Comercial	9	T	Introducción al Marketing	6	FB
				Introducción a la Investigación de Mercados	6	OB
24114	Fiscalidad de la Empresa	9	OB	Fiscalidad de la Empresa	6	OB
24113	Economía Española y Mundial	7,5	T	Economía Española	6	OB
24116	Investigación de Mercados y Diseño de la Estrategia Comercial	6	OP	Investigación de Mercados I	6	OB
24117	Comunicación Comercial	6	OP	Decisiones sobre Comunicación Comercial	6	OB
24118	Marketing on line	6	OP	e- Marketing	5	OP
24119	Nuevas Tecnologías de la Información	6	OP	Las TIC y su aplicación al Marketing	5	OP
24120	Marketing Internacional	6	OP	Marketing Internacional	5	OP
24121	Técnicas Multivariantes para el Análisis de Datos	6	OP	Análisis de Datos y Técnicas Multivariantes	6	OB
24124	Internacionalización de las PYMES	6	OP	Plan de Internacionalización de la Empresa	5	OP
24132	Inglés Empresarial III	6	OP	Lengua Extranjera para el Marketing (Inglés)	5	OP
24133	Francés Empresarial III	6	OP	Lengua Extranjera para el Marketing (Francés)	5	OP
24134	Alemán Empresarial III	6	OP	Lengua Extranjera para el Marketing (Alemán)	5	OP
24141	Métodos Matemáticos para la Economía	6	OP	Matemáticas II	6	FB
24142	Macroeconomía	9	OP	Macroeconomía I	6	OB
24143	Microeconomía	9	OP	Microeconomía II	6	OB
24144	Historia Económica	12	OP	Historia Económica y Economía Mundial	6	FB
24146	Matemáticas	12	OP	Matemáticas II	6	OB
24148	Decisiones sobre Productos y Servicios	6	OP	Decisiones sobre Producto y Marca	6	OB
24150	Bases de Datos y Sistemas de Información	6	OP	Sistemas de Información y Bases de Datos	5	OP
24155	Control de Gestión	6	OP	Análisis y Presupuestación para el Marketing	5	OP
24170	Prácticas en Empresas	6	OP	Prácticas en Empresa I	5	OP
24171	Prácticas en Empresas	12	OP	Prácticas en Empresa I y II	10	OP
24172	Prácticas en Empresas	18	OP	Prácticas en Empresa I y II	10	OP

TABLA DE CORRESPONDENCIA CON LA DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES (HUESCA)

DIPLOMATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES (Huesca)				GRADO EN MIM		
Código	Asignatura	Créditos	Carácter	Asignatura/Materia	Créditos	Carácter
18900	Contabilidad financiera e introducción a la contabilidad de sociedades	9	T	Contabilidad financiera I	6	FB
18901	Introducción y elementos del derecho	7,5	T	Introducción al Derecho	6	FB
18902	Operaciones financieras	6	T	Análisis y Valoración de las Operaciones Financieras	6	OB
18904	Economía política	7,5	T	Microeconomía I	6	FB
18905	Matemáticas empresariales	9	T	Matemáticas I	6	FB
18906	Estadística aplicada a la empresa	7,5	T	Estadística I	6	FB
18907	Organización y administración de empresas I	6	T	Fundamentos de Administración y Dirección de Empresas	6	FB
18909	Derecho mercantil	7,5	T	Introducción al Derecho	6	FB
18911	Dirección comercial	9	T	Introducción al Marketing	6	FB
				Introducción a la Investigación de Mercados	6	OB
18912	Organización y administración de empresas II	6	T	Organización y Gestión Interna	6	OB
18913	Economía española y mundial	7,5	T	Economía Española	6	FB
18914	Fiscalidad de la empresa	9	O	Fiscalidad de la Empresa	6	OB
18921	Análisis del entorno y de la competencia	6	P	Estrategias de Crecimiento Empresarial	5	OP
18922	Análisis psicosociológico de mercados	6	P	Sociología del Consumo	6	OB
18926	Estrategias y planes de marketing	6	P	Marketing Estratégico	5	OP
18933	Historia económica	9	P	Historia Económica y Economía Mundial	6	FB
18936	IDIOMA INSTRUMENTAL II (FRANCÉS)	6	P	Lengua Extranjera para el Marketing (Francés)	5	OP
18937	Idioma instrumental II (inglés)	6	P	Lengua Extranjera para el Marketing (Inglés)	5	OP
18938	Macroeconomía	9	P	Macroeconomía I	6	OB
18939	Microeconomía	9	P	Microeconomía II	6	OB
18940	Presupuestos públicos y su gestión	6	P	Análisis y Presupuestación para el Marketing	5	OP
18942	Investigación de mercados	6	P	Investigación de Mercados I	6	OB
18944	Métodos Matemáticos para la Economía	6	P	Matemáticas II	6	FB
18949	Variables estratégicas comerciales	6	P	Decisiones sobre Producto y Marca	6	OB
18950	Variables tácticas comerciales	6	P	Decisiones sobre Precios	6	OP
18951	Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas	6	P	Prácticas en Empresas I	5	OP
18952	Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas	12	P	Prácticas en Empresas I y II	10	OP
18953	Prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas	18	P	Prácticas en Empresas I y II	10	OP
18962	Marketing turístico	6	P	Marketing de Organizaciones de Servicios	5	OP