

Curso	Materias	Carácter de la materia	ECTS
2.º	Niveles de la Lengua Española	OB	12
	Español Instrumental	OB	6
	Literatura	FB	6
	Historia de la Literatura Española I	OB	12
	Idioma Moderno Avanzado: Árabe	OB	12
	Idioma Moderno Avanzado: Inglés	OB	12
	Teoría y Práctica de la Literatura	OB	6
	Lingüística	FB	6
3.º	Lengua Clásica: Griego	OB	6
	Lengua Clásica: Latín	OB	6
	Español Instrumental	OB	18
	Historia de la Literatura Española I	OB	6
	Historia de la Lengua Española	OB	6
	Teoría y Práctica de la Literatura	OB	12
	Historia de la Literatura Española II	OB	12
	Historia de la Lengua Española	OB	6
4.º	Análisis del Discurso y Variación Lingüística	OB	18
	Teoría y Práctica de la Literatura	OB	6
	Historia de la Literatura Española II	OB	12
	Literatura y Género	OP	6
	Claves del Mundo Árabe Moderno	OP	6
	Industrias de la Cultura	OB	6
	Prácticas Externas	PE	6
	Trabajo Fin de Grado	TFG	6

RESOLUCIÓN de 7 de octubre de 2011, de la Universidad de Almería, por la que se publica el Plan de Estudios de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 18 de octubre de 2010 en el BOE núm. 273, de 11 de noviembre de 2010), este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Graduado/a en Marketing e Investigación de Mercados.

El Plan de Estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo I de la misma.

Almería, 7 de octubre de 2011.- El Rector, Pedro Roque Molina García.

ANEXO I

Universidad de Almería.

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Plan de Estudios conducente al título de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados.

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Curso de Implantación: 2010-11.

Titulaciones que extingue: Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (BOE núm. 23, de 27 de enero de 2006).

Distribución general del Plan de Estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

Carácter de Materia	Créditos ECTS
Formación básica (FB)	60
Obligatorias (OB)	156
Optativas (OP)	6
Prácticas Externas (PE)	12
Trabajo Fin de Grado (TFG)	6
TOTAL	240

Estructura del Plan de Estudios Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Módulos y Materias:

ECTS Módulo	Denominación Módulo	Denominación Materia	Carácter de la materia y rama del Anexo II R.D. 1393/07	ECTS
60	Formación Básica en Ciencias Económicas y Empresariales	Derecho I	Básica (Derecho)	6
		Economía I	Básica (Economía)	12
		Empresa	Básica (Empresa)	24
		Estadística I	Básica (Estadística)	6
		Historia	Básica (Historia)	6
		Matemáticas	Básica (Matemáticas)	6
12	Ampliación en Economía y Estadística	Economía II	Obligatoria	6
		Estadística II	Obligatoria	6

ECTS Módulo	Denominación Módulo	Denominación Materia	Carácter de la materia y rama del Anexo II R.D. 1393/07	ECTS
12	Ampliación en Derecho y Empresa	Derecho II	Obligatoria	6
		Dirección de Empresas	Obligatoria	6
18	Dirección Comercial	Ampliación de Dirección Comercial	Obligatoria	6
		Dirección Comercial	Obligatoria	12
36	Análisis e Investigación de Mercados	Ampliación de Investigación de Mercados	Obligatoria	6
		Análisis del Consumidor	Obligatoria	6
		Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales	Obligatoria	6
		Entorno Económico	Obligatoria	6
		Investigación de Mercados	Obligatoria	12
18	Comunicación Integrada de Marketing	Ampliación de Comunicación Integrada de Marketing	Obligatoria	6
		Comunicación Integrada de Marketing	Obligatoria	12
24	Distribución Comercial	Ampliación de Distribución Comercial	Obligatoria	12
		Distribución Comercial	Obligatoria	12
12	Marketing Sectorial	Marketing Sectorial	Obligatoria	12
12	Organización de Empresas	Ampliación de Organización de Empresas	Obligatoria	6
		Organización de Empresas	Obligatoria	6
6	Métodos Cuantitativos	Análisis Estadístico de Datos	Obligatoria	6
6	Optatividad	Comercio Electrónico	Optativa	6
		Gestión de las Relaciones con los Clientes	Optativa	6
24	Proyección Profesional	Creación de Empresas	Obligatoria	6
		Formación Práctica	Obligatoria	12
		Prácticas en Empresas	Prácticas Externas	12
		Trabajo Fin de Grado	Trabajo Fin de Grado	6

Estructura temporal por materias del Plan de Estudios Grado en Marketing e Investigación de Mercados:

Curso	Materias	Carácter de la materia	ECTS
1.º	Derecho I	FB	6
	Economía I	FB	12
	Empresa	FB	24
	Estadística I	FB	6
	Historia	FB	6
	Matemáticas	FB	6
2.º	Economía II	OB	6
	Estadística II	OB	6
	Derecho II	OB	6
	Dirección de Empresas	OB	6
	Dirección Comercial	OB	6
	Análisis del Consumidor	OB	6
	Entorno Económico	OB	6
	Contabilidad Aplicada a las Decisiones Comerciales	OB	6
	Ampliación de Dirección Comercial	OB	6
Organización de Empresas	OB	6	
3.º	Investigación de Mercados	OB	6
	Distribución Comercial	OB	12
	Comunicación Integrada de Marketing	OB	12
	Ampliación de Organización de Empresas	OB	6
	Análisis Estadístico de Datos	OB	6
	Ampliación de Investigación de Mercados	OB	6
	Ampliación de Distribución Comercial	OB	6
	Marketing Sectorial	OB	6

Curso	Materias	Carácter de la materia	ECTS
4º	Formación Práctica	OB	12
	Prácticas en Empresas	PE	12
	Dirección Comercial	OB	6
	Investigación de Mercados	OB	6
	Ampliación de Distribución Comercial	OB	6
	Ampliación de Comunicación Integrada de Marketing	OB	6
	Marketing Sectorial	OB	6
	Creación de Empresas	OB	6
	Trabajo Fin de Grado	TFG	6
	Comercio Electrónico	OP	6
	Gestión de las Relaciones con los Clientes	OP	6

RESOLUCIÓN de 7 de octubre de 2011, de la Universidad de Almería, por la que se publica el Plan de Estudios de Graduado en Ingeniería Electrónica Industrial.

Obtenida la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de octubre de 2010 (publicado por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 18 de octubre de 2010 en el BOE núm. 273, de 11 de noviembre de 2010), este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Graduado/a en Ingeniería Electrónica Industrial.

El Plan de Estudios a que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme figura en el Anexo I de la misma.

Almería, 7 de octubre de 2011.- El Rector, Pedro Roque Molina García.

ANEXO I

Universidad de Almería.

Centro: Escuela Superior de Ingeniería.

Plan de Estudios conducente al título de Graduado en Ingeniería Electrónica Industrial.

Rama de conocimiento: Ingeniería y Arquitectura.

Curso de implantación: 2010-11.

Titulaciones que extingue: Ninguna.

Distribución general del Plan de Estudios en créditos ECTS, por tipo de materia:

Carácter de Materia	Créditos ECTS
Formación básica (FB)	60
Obligatorias (OB)	150
Optativas (OP)	6
Prácticas Externas (PE)	12
Trabajo Fin de Grado (TFG)	12
TOTAL	240

Estructura del Plan de Estudios Grado en Ingeniería Electrónica Industrial. Módulos y Materias:

ECTS Módulo	Denominación Módulo	Denominación Materia	Carácter de la materia y rama del Anexo II R.D. 1393/07	ECTS
60	Formación Básica	Empresa	Básica (Empresa)	6
		Expresión Gráfica I	Básica (Expresión Gráfica)	6
		Física	Básica (Física)	12
		Informática	Básica (Informática)	6
		Matemáticas	Básica (Matemáticas)	24
		Química	Básica (Química)	6
60	Formación Común de Rama Industrial	Automática	Obligatoria	6
		Ciencia e Ingeniería de los Materiales I	Obligatoria	6
		Electrónica Fundamental I	Obligatoria	6
		Ingeniería Eléctrica I	Obligatoria	6
		Ingeniería Térmica I	Obligatoria	6
		Máquinas y Mecanismos I	Obligatoria	6
		Mecánica de Fluidos I	Obligatoria	6
		Mecánica del Sólido I	Obligatoria	6
		Proyectos	Obligatoria	6
		Tecnología Mecánica I	Obligatoria	6