

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (679) curso 2025-2026

únicamente docencia en primero

Distribución del plan de estudios

BOE de 12 de mayo de 2025 (Resolución de 29 de abril de 2025, de la Universidad de Zaragoza, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados adaptado al RD 822/2021)

	1º	2º	3º	4º	Totales
Formación Básica	54	6	0	0	60
Obligatorios	6	54	60	12	132
Optativos	0	0	0	42	42
Trabajo fin de grado	0	0	0	6	6
Totales	60	60	60	60	240

Código	Asignatura	Curso	Carácter	Distribución temporal	Créditos
32600	Derecho privado patrimonial	1	Formación Básica	S1	6
32601	Fundamentos de administración y dirección de empresas	1	Formación básica	S1	6
32602	Historia económica y economía mundial	1	Formación básica	S1	6
32603	Matemáticas para marketing e investigación de mercados I	1	Formación básica	S1	6
32604	Principios de marketing	1	Formación básica	S1	6
32605	Estadística y ciencia de datos I	1	Formación básica	S2	6
32606	Finanzas aplicadas al marketing	1	Formación básica	S2	6
32607	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II	1	Formación básica	S2	6
32608	Microeconomía I: consumo y producción	1	Formación básica	S2	6
32609	Fundamentos de marketing digital	1	Obligatoria	S2	6
32610	Comportamiento del cliente	2	Obligatoria	S1	6
32611	Estadística y ciencia de datos II	2	Obligatoria	S1	6
32612	Innovación y gestión del cambio	2	Obligatoria	S1	6
32613	Microeconomía II: mercados	2	Obligatoria	S1	6
32614	Producto y marca	2	Obligatoria	S1	6
32615	Introducción a la macroeconomía	2	Formación Básica	S2	6
32616	Contabilidad	2	Obligatoria	S2	6
32617	Distribución comercial	2	Obligatoria	S2	6
32618	Economía española	2	Obligatoria	S2	6
32619	Investigación de Mercados I	2	Obligatoria	S2	6
32620	Análisis multivariante y ciencia de datos en estrategias comerciales	3	Obligatoria	S1	6
32621	Comunicación comercial	3	Obligatoria	S1	6
32622	Investigación de Mercados II	3	Obligatoria	S1	6
32623	Sistemas de información interna para el marketing	3	Obligatoria	S1	6
32624	Sociología del consumo	3	Obligatoria	S1	6
32625	Dirección de ventas	3	Obligatoria	S2	6
32626	Econometría: Análisis y tratamiento de datos en investigación de mercados	3	Obligatoria	S2	6
32627	Fiscalidad de la empresa	3	Obligatoria	S2	6
32628	Precios	3	Obligatoria	S2	6
32629	Proyecto de investigación	3	Obligatoria	S2	6
32630	Dirección de Equipos y liderazgo	4	Obligatoria	S1	6
32642	Plan de marketing	4	Obligatoria	S2	6
32652	Trabajo fin de grado	4	TFG	S2	6

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (679) curso 2025-2026
únicamente docencia en primero

Distribución del plan de estudios

Asignaturas Optativas

Código	Asignatura	Curso	Clase	Distribución temporal	Créditos
32631	Análisis financiero para el marketing	4	Optativa	S1	6
32632	Competencias digitales para el marketing	4	Optativa	S1	6
32633	Comunicación comercial online	4	Optativa	S1	6
32634	Dirección estratégica	4	Optativa	S1	6
32635	Diseño organizativo	4	Optativa	S1	6
32636	Entorno económico de la empresa	4	Optativa	S1	3
32637	Herramientas de investigación de mercados en internet	4	Optativa	S1	6
32638	Marketing estratégico	4	Optativa	S1	6
32639	Marketing sectorial	4	Optativa	S1	6
32640	Métodos estadísticos y ciencia de datos en investigación de mercados	4	Optativa	S1	3
32641	Prácticas en empresa I	4	Optativa	S1	6
32643	Análisis de datos con inteligencia artificial	4	Optativa	S2	6
32644	Aplicaciones prácticas de marketing	4	Optativa	S2	3
32645	Emprendimiento y creación de empresas	4	Optativa	S2	6
32646	Inglés para marketing	4	Optativa	S2	6
32647	Marketing internacional	4	Optativa	S2	6
32648	Marketing sostenible y público	4	Optativa	S2	6
32649	Prácticas en empresa II	4	Optativa	S2	6
32650	Simulación comercial	4	Optativa	S2	6
32651	Técnicas sociológicas de negociación comercial	4	Optativa	S2	6