

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León, prácticamente desde su creación viene asumiendo la función de formar profesionales, y son miles los graduados que han salido de sus aulas y han ejercido su profesión con notable éxito por toda la geografía española y mundial.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados (MIM) se distribuye en cuatro cursos lectivos, con un total de 240 créditos ECTS.

La finalidad principal de la Titulación es formar profesionales capaces de desempeñar actividades y funciones en marketing e investigación de mercados en entornos nacionales e internacionales.

En la titulación se adquieren conocimientos de análisis y técnicas de investigación de mercados, fuentes de información, comportamiento del consumidor, campañas de publicidad y promoción comercial, distribución comercial, estrategias de marketing de productos y precios, nuevas tendencias en marketing.

Además del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se imparten los siguientes: Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Comercio Internacional, Grado en Economía, y Grado en Finanzas, así como diferentes Másteres y formación de Posgrado.

salidas profesionales

- Departamentos de marketing.
- Investigación de mercados.
- Publicidad.
- Marketing promocional y directo.
- Agencias de compras.
- Atención al cliente.
- Distribución comercial y ventas.
- Dirección general.

unileon.es

Grado en MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MIM)



Ponemos Europa a tu alcance...

Más información:

UNIVERSIDAD DE LEÓN

Unidad de Información y Registro
Rectorado, edificio El Albéitar
Avda. de la Facultad, 25
24071 León
Tels.: 987 291 635 y 987 291 584
www.unileon.es/estudios

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Campus de Vegazana, s/n
24071 León
Tel.: 987 291 701
www.economicas.unileon.es



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

acceso de alumnos

Al Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se puede acceder por las siguientes vías:

- **Estar en posesión del título de bachillerato o equivalente y haber superado las pruebas de acceso a la Universidad.** (Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, art. 42).
- **Titulados universitarios o equivalentes.**
- **Procedencia de planes extinguidos.**
- **Procedencia de otros sistemas educativos.**

Respecto a los estudiantes que proceden del bachillerato, el acceso puede ser desde las siguientes modalidades:

- Científico-Tecnológica.
- Ciencias de la Salud.
- Humanidades y Ciencias Sociales.

(Ciencias y Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales: Decreto 42/2008, de 5 de junio, por el que se establece el currículo de bachillerato en la Comunidad de Castilla y León, B.O.C. y L. de 11 de junio). No obstante, el perfil de acceso recomendado para el título propuesto es la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales. En particular, se espera del estudiante que haya cursado las materias de Economía, Economía y Organización de Empresas y Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales.

materias

Tipo de Materia	Créditos ECTS
Formación Básica	60
Obligatorias	138
Optativas	30 (18+12)
Prácticas Externas en Empresas (optativas)	(18)
Trabajo Fin de Grado	12
TOTAL	240

asignaturas optativas

Las asignaturas optativas que se ofertan en este título son:

Análisis Económico Europeo
Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación
Creación de Empresas e Innovación
Investigación de Mercados Experimental
Marketing Agroalimentario
Marketing Avanzado
Marketing Industrial
Marketing del Sector Público
Marketing Turístico
Recursos Comunicativos en Idioma

colaboraciones y prácticas externas

En la titulación se llevan a cabo diversas actividades de colaboración con empresas e instituciones como Jornadas, Seminarios, Cursos, Talleres, Exposiciones,... que permiten al alumno tener un contacto más directo con la realidad profesional.

Las Prácticas Externas constituyen una alternativa curricular optativa por medio de la cual, los alumnos, al tiempo que obtienen créditos ECTS, consiguen una formación íntegra mediante la aplicación práctica en la institución o en la empresa de los conocimientos adquiridos en la Titulación, facilitándoles la oportunidad de incorporarse al mundo profesional con un mínimo de experiencia.

plan de estudios

curso1º

Primer Semestre

- Estadística I
- Fundamentos de Administración de Empresas
- Fundamentos de Marketing
- Macroeconomía
- Matemáticas

Total Créditos* 30

Segundo Semestre

- Contabilidad Financiera
- Derecho Empresarial
- Inglés en Marketing
- Microeconomía
- Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados

Total Créditos* 30

curso2º

Primer Semestre

- Comportamiento del Consumidor
- Dirección de Operaciones
- Economía Española y Mundial
- Estadística II
- Informática en Marketing

Total Créditos* 30

Segundo Semestre

- Derecho de la Competencia
- Dirección Estratégica
- Estadística Avanzada I
- Habilidades Directivas
- Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados

Total Créditos* 30

programas de intercambio

Los intercambios de alumnos y profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales con otras Universidades se canalizan a través de la participación en los distintos Programas de movilidad existentes, como los Programas de la Unión Europea, los Programas de Destino Convenio con Universidades Americanas y el resto del mundo, y los Programas de movilidad con Universidades Españolas. De manera específica, la Facultad tiene un convenio de colaboración con la Universidad de Xiangtan (China).

Una estancia de estudios en otra Universidad constituye por sí misma una experiencia sumamente positiva, tanto desde el punto de vista académico como de enriquecimiento personal. Los alumnos y profesores seleccionados para llevar a cabo este tipo de intercambios se convierten así en embajadores de nuestra Facultad y de la Universidad de León en las instituciones de destino, adquiriendo una responsabilidad encaminada en todo momento a que su comportamiento asegure el mantenimiento de la relación existente y los acuerdos de intercambio futuros.

curso3º

Primer Semestre

- Aplicaciones de Investigación de Mercados
- Contabilidad Analítica
- Estadística Avanzada II
- Marketing de Productos y Precios
- Marketing de Promoción Comercial

Total Créditos* 30

Segundo Semestre

- Decisiones Financieras
- Investigación de Mercados cross-cultural
- Marketing de Distribución Comercial
- Optativa 1
- Sistemas de Información Contable

Total Créditos* 30

curso4º

Primer Semestre

- Dirección de Ventas
- Marketing Estratégico
- Marketing en Sectores Emergentes
- Optativa 2
- Publicidad

Total Créditos* 30

Segundo Semestre

- Optativa 3
- Optativa 4
- Optativa 5
- Prácticas Externas
- Trabajo Fin de Grado

Total Créditos* 30

*Todas las asignaturas se componen de 6 créditos ECTS.