

**PROPUESTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE AL COMUNICACIÓN DE
AMPLIACIÓN DE LA OFERTA DE OPTATIVIDAD PARA LOS ALUMNOS DEL GRADO EN
MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

El plan de estudios del grado en Marketing e Investigación de Mercados, presenta una reducida oferta de optatividad que se ha comprobado resulta en algunos casos insuficiente para cubrir los 240 créditos exigidos por el título.

Por su parte, la memoria del grado considera lo siguiente: *“A la oferta de optatividad podrán sumarse asignaturas de otros títulos o asignaturas ofertadas por la Universidad con contenidos afines o complementarios al título. De este modo se pretende dar una mejor respuesta a las demandas sociales y a la demanda vocacional de los estudiantes, atendiendo así a lo establecido en el Art. 56.3 de la Ley Andaluza de Universidades. Corresponderá al Consejo de Gobierno, a la vista de las propuestas del Centro, determinar qué contenidos puedan sumarse a la oferta de optatividad específica del título”*.

Es por ello que se propone una oferta de asignaturas del grado en Publicidad y Relaciones Públicas, que facilite a los estudiantes del grado en Marketing e Investigación de Mercados ampliar la optatividad exigida.

Esta sería la reflejada en la tabla siguiente:

AMPLIACIÓN DE OFERTA DE OPTATIVAS		
ASIGNATURA (MÓDULO COMUNICACIÓN INTERACTIVA)	CRED	CURSO
Comunicación Digital	6	4
Herramientas Multimedia y Animación	6	3
Medios y Soportes Interactivos	6	4
Tecnología y Publicación en Internet	6	4
ASIGNATURA (MÓDULO COMUNICACIÓN GLOBAL)	CRED	CURSO
Lenguaje y comunicación eficaz	6	4

Dichas asignaturas no podrán reemplazar a las asignaturas optativas propias del Grado en MIM.