



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE SEVILLA (Plan de Estudios BOE 05/01/10)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho Empresarial	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Comportamiento del Consumidor	106 Comportamiento del Consumidor
Fundamentos de Contabilidad	107 Contabilidad
Estadística	108 Estadística I
Introducción a la Economía de la Empresa (Organización)	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Dirección Comercial	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Administración de Empresas	201 Administración de Empresas
Microeconomía	205 Microeconomía
Distribución Comercial I	206 Distribución Comercial
Finanzas	207 Finanzas Aplicadas al Marketing
Investigación de Mercados I	208 Investigación de Mercados I
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Contabilidad para la Dirección Comercial	302 Contabilidad de Gestión
Dirección de Ventas I	304 Dirección de Ventas
Creación de Empresas	306 Creación de Empresas
Economía Internacional	309 Estructura del Comercio Internacional
Merchandising	314 Merchandising
Marketing de Servicios	408 Marketing de Servicios



Técnicas Cuantitativas	409 Matemáticas aplicadas a la distribución comercial
Dirección de Ventas II	410 Comercio Electrónico

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.
(Esta Tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).