



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ECONOMÍA + GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	GRADO EN MARKETIG E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Contabilidad	107 Contabilidad
Fundamentos de Administración y Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Nociones de Derecho Patrimonial	104 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Estadística I	108 Estadística I
Microeconomía	205 Microeconomía
Estructura Económica de España	309 Estructura del Comercio Internacional

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ADMON. Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 31/01/2011)	GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho Mercantil aplicado a la Empresa	104 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad I	107 Contabilidad
Estadística I	108 Estadística I
Fundamentos de Administración y Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Dirección Comercial	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Dirección de Empresas	201 Administración de Organizaciones
Estadística II	202 Estadística II
Dirección Comercial	203 Gestión de Producto y Precio
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Distribución Comercial	206 Distribución Comercial
Dirección Financiera	207 Finanzas Aplicadas al Marketing
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Comunicación Comercial	301 Comunicación Comercial I
Contabilidad de Gestión	302 Contabilidad de Gestión
Dirección de Recursos Humanos	303 Dirección de Recursos Humanos
Creación de Empresas	306 Creación de Empresas
Dirección de Producción y de las Operaciones	307 Dirección de la Producción y las Operaciones
Econometría I	308 Econometría
Estructura Económica Mundial y de España	309 Estructura del Comercio Internacional
Inteligencia Competitiva y Gestión del Conocimiento	310 Gestión del Conocimiento
Dirección Estratégica	404 Dirección Estratégica
Marketing en áreas especializadas	408 Marketing de Servicios
Programación Matemática	409 Matemáticas aplicadas a la Distribución Comercial
Inteligencia competitiva y Gestión del Conocimiento	310 Gestión del Conocimiento
Análisis de Datos	305 Estadística Multivariante
Introducción al Derecho Mercantil aplicado a la empresa	403 Derecho de Sociedades Mercantiles
Modelos empresariales de optimización	409 Matemáticas aplicadas a la distribución comercial

**\*Modificación Plan de Estudios BOE 30/03/2015.**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del 10 de noviembre de 2023.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE MARKETING  
Y GESTIÓN



(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (Plan de Estudios BOE 25/02/2014)	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
Economía	103 Introducción a la Economía
Derecho Empresarial I	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Comportamiento del consumidor	106 Comportamiento del consumidor
Fundamentos de Contabilidad Financiera	107 Contabilidad
Estadística	108 Estadística I
Introducción a la Economía de la Empresa	109 Fundamentos de Admon. de Empresas
Dirección de Marketing	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Dirección de Empresas	201 Administración de Organizaciones
Estadística Avanzada	202 Estadística II
Producto y Precio	203 Gestión de Producto y Precio
Introducción a las Finanzas Empresariales	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Distribución comercial I	206 Distribución comercial
Investigación de Mercados I Investigación de Mercados II	208 Investigación de Mercados I
Comunicación comercial I	301 Comunicación comercial I
Distribución comercial II	304 Dirección de Ventas
Métodos estadísticos multivariantes	305 Estadística multivariante
Creación de empresas	306 Creación de Empresas
Métodos Econométricos para la Investigación de Mercados	308 Econometría
Introducción al E-Marketing	309 Estructura del Comercio Internacional



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (Plan de Estudios BOE 25/02/2014)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Inglés aplicado al Marketing	311 Inglés aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado
Comunicación Comercial II	401 Comunicación Comercial II
Fundamentos de Marketing Internacional	406 Marketing Internacional
Marketing Sectorial	408 Marketing de Servicios

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 10 de noviembre de 2023.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE GRANADA (Plan de Estudios BOE 19/02/2011)	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 del Desarrollo Económico Mundial Contemporáneo	102 Historia Económica
Economía Política	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Econ. y la Empresa
Comportamiento del Consumidor	106 Comportamiento del Consumidor
Contabilidad General	107 Contabilidad
Técnicas Cuantitativas I	108 Estadística I
Fundamentos de Dirección y Admón. de Empresas	109 Fundamentos de Admón. de Empresas
Dirección Comercial I Dirección Comercial II	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Dirección y Administración de Empresas	201 Administración de Organizaciones
Decisión de producto y precio	203 Gestión de Producto y precio
Introducción a las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operac. Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Distribución Comercial I	206 Distribución Comercial
Investigación de Mercados I	208 Investigación de Mercados I
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Comunicación Integrada para el Marketing II	301 Comunicación Comercial I
Dirección de Ventas	304 Dirección de Ventas
Economía Española y Mundial	309 Estructura del Comercio Internacional
Logística y Merchandising	314 Merchandising
Comunicación Integrada para el Marketing I	401 Comunicación Comercial II
Marketing Internacional	406 Marketing Internacional
Marketing Sectorial	408 Marketing de Servicios
Técnicas cuantitativas II	202 Estadística II
Creación de Empresas	306 Creación de Empresas



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE GRANADA (Plan de Estudios BOE 19/02/2011)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Econometría	308 Econometría
Investigación de Mercados II	313 Investigación de Mercados II
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	405 Informática Aplicada a la Gestión Comercial
Marketing cultural y turístico	407 Marketing Turístico

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ECONOMÍA UNIVERSIDAD DE GRANADA (Plan de Estudios BOE 19/02/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Introducción al Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia del Desarrollo Económico Mundial	102 Historia Económica
Economía Política	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad General	107 Contabilidad
Fundamentos de Dirección y Admon. de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Introducción a las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía I	205 Microeconomía
Macroeconomía I	209 Macroeconomía
Organización Económica Internacional	309 Estructura del Comercio Internacional

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de noviembre de 2023.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN COMERCIO UNIVERSIDAD DE VIGO (Plan de Estudios BOE 11/01/2013))	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Fundamentos de Contabilidad	107 Contabilidad
Estadística	108 Estadística I
Principios de gestión responsable	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Marketing estratégico	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Matemáticas comerciales	204 Matemáticas de las operaciones financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Investigación de mercados	208 Investigación de mercados I
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Creación de empresas comerciales	306 Creación de empresas
Gestión de Aprovisionamiento y Distribución Comercial	307 Dirección de la Producción y las Operaciones
Idioma comercial: inglés	311 Inglés aplicado a la Economía y las Técnicas de Mercado
Derecho mercantil	403 Derecho de sociedades mercantiles
Marketing internacional	406 Marketing internacional
Comercio electrónico: elementos informáticos	410 Comercio electrónico

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 noviembre de 2023.

Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE VIGO (Plan de Estudios BOE 01/11/2010)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad Financiera I	107 Contabilidad

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
LICENCIATURA EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (CIENCIAS ECONÓMICAS) UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIN
Teoría Económica-Microeconomía	205 Microeconomía
Teoría Económica (Introducción)	103 Introducción a la Economía 209 Macroeconomía
Historia Económica Mundial y de España	102 Historia Económica
Derecho Civil	104 Introducción al Derecho
Matemáticas I Matemáticas II	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Estructura e Instituciones Económicas Mundiales Estructura e Instituciones Económicas de España	309 Estructura del Comercio Internacional
Derecho Mercantil	403 Derecho de Sociedades Mercantiles

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del día 25 de julio de 2025.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN TURISMO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 25/10/10)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho	104 Introducción al Derecho
Introducción a la Contabilidad	107 Contabilidad
Introducción a la Estadística	108 Estadística I
Organización y gestión de empresas	109 Fundamentos de Administración de empresas
Microeconomía y Macroeconomía aplicadas al turismo	205 Microeconomía
Marketing turístico	408 Marketing turístico
Administración de Recursos Humanos en las empresas turísticas	303 Dirección de Recursos Humanos
Creación de empresas turísticas	306 Creación de empresas
Gestión de Producción y calidad en Turismo	307 Dirección de la Producción y las Operaciones
Inglés aplicado al turismo I	311 Inglés aplicado a la Economía y las Técn. de Mercado

**\*Modificación Plan Estudios BOE 05/03/13 y 21/11/13.**

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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOE 21/10/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Economía	103 Introducción a la Economía
Elementos del Derecho Privado	104 Introducción al Derecho
Organización y Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas

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).

TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN PERIODISMO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 02/06/2012)	GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Derecho de la información y de la comunicación	411 Derecho de Consumidores

**\*Modificación Plan Estudios BOE 05/03/2013.**

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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Historia Económica	102 Historia Económica
Fundamentos de Economía	103 Introducción a la Economía
Fundamento del Derecho	104 Introducción al Derecho
Introducción a la Estadística	108 Estadística I

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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ADMON. Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CASTILLA LA MANCHA *(Plan de Estudios BOE 04/03/2010) )</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INV. DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Historia Económica Mundial y de España	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103- Introducción a la Economía
Derecho de la Empresa	104 Introducción al Derecho
Matemáticas II	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Estadística Empresarial	108 Estadística I
Fundamentos de Administración y Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204. Matemáticas de las Operaciones Financieras

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión ordinaria de 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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE DEUSTO (Plan de Estudios BOE 19/12/2009)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Economía Española y Mundial	103 Introducción a la Economía
Derecho I	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad	107 Contabilidad
Empresa	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Herramientas para el cálculo financiero	204 Matemáticas de las operaciones financieras
Organización de Empresas	201 Administración de Organizaciones

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión ordinaria de 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).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD DE GRANADA (Plan de Estudios BOE 19/02/2011)	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 del Desarrollo Económico Mundial y Contemporáneo	102 Historia Económica
Economía Política	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía. y la Empresa
Contabilidad General	107 Contabilidad
Fundamentos de Dirección y Admon. de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Microeconomía	205 Microeconomía

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada 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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE SEVILLA (Plan de Estudios BOE 05/01/10)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
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



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (4-B) UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIN</b>
Dirección Comercial	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica Mundial y de España	102 Historia Económica
Introducción a la Economía I Introducción a la Economía II	103 Introducción a la Economía
Derecho de la Empresa	104 Introducción al Derecho
Matemáticas Empresariales I Matemáticas Empresariales II	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad Financiera y Analítica	107 Contabilidad
Introducción a la Estadística Empresarial Estadística aplicada a la Empresas I	108 Estadística I
Economía de la Empresa I	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Economía de la Empresa II	201 Administración de Organizaciones
Estadística aplicada a la Empresa II Estadística aplicada a la Empresa I	202 Estadística II
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Teoría Económica I	205 Microeconomía
Dirección y Distribución Comercial	206 Distribución Comercial
Teoría Económica II	209 Macroeconomía
Contabilidad de Gestión	302 Contabilidad de Gestión
Administración de Recursos Humanos	303 Dirección de Recursos Humanos
Dirección de la Producción y las Operaciones	307 Dirección de la Producción y las Operaciones
Métodos Económicos aplicados a la Empresa I Métodos Económicos aplicados a la Empresa II	308 Econometría
Comunicación Comercial	401 Comunicación Comercial II
Dirección Estratégica y política de empresa I Dirección Estratégica y política de empresa II	404 Dirección Estratégica

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.  
Tabla actualizada por Junta de Centro en sesión ordinaria del 04 de marzo de 2021.



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



**(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).**



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>DIPLOMATURA EN TURISMO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (BOE Titulación extinguida)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado GAP</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho Civil	104 Introducción al Derecho
Contabilidad	107 Contabilidad
Organización y gestión de empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Inglés I	311 Inglés aplicada a la Economía y las técnicas de mercado
Marketing Turístico	407 Marketing Turístico

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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA (B.O.E. 26/01/2017)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado GAP</b>
Dirección de Marketing	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Habilidades Directivas	201 Administración de Organizaciones
Dirección Financiera	207 Finanzas aplicadas al Marketing
Dirección de Recursos Humanos	303 Dirección de Recursos Humanos
Dirección de Operaciones y Logística	307 Dirección de la Producción y las Operaciones
Dirección Estratégica	404 Dirección Estratégica

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión ordinaria el 4 de marzo 2021.  
(Esta Tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas, tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ECONOMÍA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 03/03/2011)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamento de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Nociones de Derecho Patrimonial	104 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad I	107 Contabilidad
Estadística I	108 Estadística I
Fundamentos de Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Administración de las Organizaciones	201 Administración de Organizaciones
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Creación de Empresas	306 Creación de Empresas
Econometría I	308 Econometría
Estructura Económica Mundial	309 Estructura del Comercio Internacional
Programación Matemáticas	409 Matemáticas aplicadas a la Distribución Comercial

**\*Modificación Plan de Estudios BOE 06/11/2018.**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 22/07/11)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Matemáticas para la Economía y la Empresa	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad I	107 Contabilidad
Estadística I	108 Estadística I
Fundamentos de Administración y Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Finanzas Corporativas I	207 Finanzas Aplicadas al Marketing
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Contabilidad de Gestión I	302 Contabilidad de Gestión
Estructura Económica Mundial y de España	309 Estructura del Comercio Internacional
Introducción al Derecho Mercantil aplicado a las Finanzas y Contabilidad	403 Derecho de Sociedades Mercantiles

**\*Modificación del Plan de Estudios BOE 17/12/2018.**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ECONOMÍA + GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</b>	<b>GRADO EN MARKETIG E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Contabilidad	107 Contabilidad
Fundamentos de Administración y Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Matemáticas de las Operaciones Financieras	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Nociones de Derecho Patrimonial	104 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Estadística I	108 Estadística I
Microeconomía	205 Microeconomía

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada 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).



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 19/02/2013)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignatura	Asignaturas Grado MIM
Organización Empresarial	109 Fundamentos de Administración de Empresas

**\*Modificación del Plan de Estudios BOE 10/10/14 y BOE 13/11/2018.**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.  
(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN INGENIERÍA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOE 21/03/2013)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Estadística e Investigación Operativa	108 Estadística I
Empresa	109 Fundamentos de Administración de Empresas

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA *(Plan de Estudios BOE 19/02/2013)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignatura	Asignaturas Grado MIM
Organización Empresarial	109 Fundamentos de Administración de Empresas

**\*Modificación del Plan de Estudios BOE 10/10/14 y BOE 13/11/2018.**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS</b>	
<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CÁDIZ (Plan de Estudios BOE 24/06/2013)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Introducción al Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Derecho Empresarial I	104 Introducción al Derecho
Fundamentos de Contabilidad Financiera	107 Contabilidad
Estadística	108 Estadística I
Introducción a la Economía de la Empresa	109 Fundamentos de Admon. de Empresas
Microeconomía	205 Microeconomía

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento)



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID * (Plan de Estudios BOE 24/03/2009)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Historia Económica	102 Historia Económica
Principios de Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho Civil Patrimonial	104 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Fundamentos de Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Organización y Dirección	201 Administración de Organizaciones
Derecho Mercantil	403 Derecho de Sociedades Mercantiles

\* Modificación del Plan de Estudios BOE 10/02/2018.

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN COMERCIO UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (Plan de Estudios BOE 21/06/2010)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica y del Comercio	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Derecho Civil	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad	107 Contabilidad
Organización de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Organización y Dirección	201 Administración de Organizaciones
Gestión Financiera	207 Finanzas aplicadas al Marketing
Economía Española y Mundial	309 Estructura del Comercio Internacional
Derecho Mercantil	403 Derecho de Sociedades Mercantiles

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ESTADÍSTICA Y EMPRESA UNIVERSIDAD DE JAÉN (Plan de Estudios BOE 21/02/2011)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresa
Microeconomía	205 Microeconomía
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Ampliación de Investigación Operativa	409 Matemáticas aplic. a la Distribución Comercial

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD DE JAÉN *(Plan de Estudios BOE 22/02/2011)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Estadística I	108 Estadística I
Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Microeconomía	205 Microeconomía

**\*Modificación del Plan de Estudios BOE 24/10/2013**

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.  
(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE JAÉN (Plan de Estudios BOE 22/02/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Introducción al Derecho	104 Introducción al Derecho
Matemáticas I	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Introducción a la Contabilidad	107 Contabilidad
Estadística I	108 Estadística I
Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Dirección de Marketing I	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial
Estadística II	202 Estadística II
Introducción a las Finanzas	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía	205 Microeconomía
Introducción a las Finanzas	207 Finanzas Aplicadas al Marketing
Macroeconomía	209 Macroeconomía
Contabilidad de Gestión	302 Contabilidad de Gestión
Gestión de Recursos Humanos	303 Dirección de Recursos Humanos
Economía Mundial	309 Estructura del Comercio Internacional
Ampliación de Investigación Operativa	409 Matemáticas aplicadas a la Distribución Comercial

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED) (Plan de Estudios BOE 06/08/2009)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Matemáticas I	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Introducción a la Estadística	108 Estadística I
Introducción a la Contabilidad	107 Contabilidad

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ECONOMÍA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED) (Plan de Estudios BOE 28/03/2012)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Matemáticas para la Economía: Álgebra	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Microeconomía: Consumo	205 Microeconomía

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.  
(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN ECONOMÍA UNIVERSIDAD DE OVIEDO (Plan de Estudios BOE 11/07/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Historia Económica Mundial	102 Historia Económica
Introducción al Derecho Patrimonial Civil y Mercantil	104 Introducción al Derecho
Matemáticas	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Introducción a la Contabilidad	107 Contabilidad
Introducción a la Estadística Económica	108 Estadística I
Economía de la Empresa	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Introducción a la Microeconomía	205 Microeconomía
Introducción a la Macroeconomía	209 Macroeconomía
Economía Mundial	309 Estructura del Comercio Internacional

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.  
(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN MARKETING UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS (MADRID) (Plan de estudios BOE 01/12/2009)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Introducción al Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica y del Marketing	102 Historia Económica
Derecho Civil	104 Introducción al Derecho
Estadística Aplicada al Marketing	108 Estadística I
Introducción a la Empresa	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Marketing y Técnicas de Comunicación	110 Marketing Estratégico y Planificación Comercial

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento)



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD DE SEVILLA (Plan de Estudios BOE 20/01/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Introducción a la Economía	103 Introducción a la Economía
Microeconomía	205 Microeconomía
Derecho Mercantil	403 Derecho de las Sociedades Mercantiles (Opt) ó 104 Introducción al Derecho (F.B.)
Historia Económica	102 Historia Económica
Fundamentos de Economía de la Empresa	109 Fundamentos de Administración de Empresas

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

Tabla actualizada 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).



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>GRADO EN COMERCIO UNIVERSIDAD DE VALLADOLID (Plan de Estudios BOE 03/01/2011)</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado MIM</b>
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica del Comercio	102 Historia Económica
Introducción a la Teoría Económica	103 Introducción a la Economía
Fundamentos del Derecho	104 Introducción al Derecho
Matemáticas Comerciales	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Comportamiento del Consumidor	106 Comportamiento del Consumidor
Fundamentos de Contabilidad Financiera	107 Contabilidad
Introducción a la Estadística	108 Estadística I
Organización de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).



UNIVERSIDAD  
DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO  
Y GESTIÓN



<b>TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE</b>	
<b>LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD DE GRANADA</b>	<b>GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</b>
<b>Origen asignaturas</b>	<b>Asignaturas Grado GAP (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)</b>
Fundamentos de Ciencia Política	103 Introducción a la Ciencia Política
Ciencia de la Administración	106 Ciencia de la Administración
Derecho Constitucional	107 Derecho Constitucional
Sociología	110 Sociología

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento)



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
LICENCIATURA EN DERECHO + LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE GRANADA	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM (Plan de Estudios BOJA 02/04/2012)
Dirección Comercial I	101 Fundamentos de Marketing
Microeconomía I	103 Introducción a la Economía
Matemáticas Empresariales I	105 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad General	107 Contabilidad
Técnicas Cuantitativas para la Empresa I	108 Estadística I
Economía de la Empresa I	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Dirección y Administración de Empresas	201 Administración de Organizaciones
Dirección Comercial II	203 Gestión de Producto y Precio
Matemáticas de las Operaciones Financieras, Bancarias y del Seguro	204 Matemáticas de las Operaciones Financieras
Microeconomía I	205 Microeconomía
Distribución Comercial	206 Distribución Comercial
Análisis contable I	207 Finanzas Aplicadas al Marketing
Macroeconomía I	209 Macroeconomía
Comunicación Comercial	301 Comunicación Comercial I
Contabilidad de Costes	302 Contabilidad de Gestión
Econometría I	308 Econometría
Economía Española y Mundial I	309 Estructura del Comercio Internacional
Dirección Estratégica I	404 Dirección Estratégica

Tabla aprobada por Junta de Centro en sesión del 10 de abril de 2019.

(Esta tabla es dinámica, por lo que se podrán agregar nuevas asignaturas tras el preceptivo informe favorable de la Comisión de Reconocimiento).