



TABLA DE RECONOCIMIENTOS ENTRE	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2010 (BOE 11/11/2010)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica del Comercio
Introducción al Derecho Mercantil Aplicado a la Empresa	103 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	104 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Microeconomía	105 Análisis Económico I
Introducción a la Economía	105. Análisis Económico I
Contabilidad I	106 Fundamentos de Contabilidad
Estadística I	107. Estadística I
Fundamentos de Administración de Empresas	108 Fundamentos de Administración de Empresas
Estadística II	201 Estadística II
Matemáticas de las Operaciones Financieras	210 Valoración Financiera en el Marketing
Creación de Empresas	306 Emprendimiento e Innovación
Estructura Económica Mundial y de España	Créditos optativos
Dirección de Empresas	Créditos optativos

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	
GRADO EN TURISMO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2009 (BOE 5/01/2010)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Derecho	103. Introducción al Derecho
Microeconomía y Macroeconomía Aplicadas al Turismo	105. Análisis Económico I
Introducción a la Contabilidad	106 Fundamentos de Contabilidad
Introducción a la Estadística	107. Estadística I
Organización y Gestión de Empresas	108. Fundamentos de Administración de Empresas
Administración de Recursos Humanos en las Empresas Turísticas	419. Recursos Humanos y Experiencia de Compra
Introducción a la Economía	Créditos optativos (6 créditos)
Inglés Aplicado al Turismo	Créditos optativos (6 créditos)

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	
GRADO EN ECONOMÍA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2010 (BOE 11/11/2010)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Fundamentos de Marketing	101 Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102 Historia Económica del Comercio
Nociones de Derecho Patrimonial	103 Introducción al Derecho
Matemáticas para la Economía y la Empresa	104 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Contabilidad I	106 Fundamentos de Contabilidad
Estadística I	107 Estadística I
Fundamentos de Administración de Empresas	108 Fundamentos de Administración de Empresas
Fundamentos de Administración de Empresas	109 Fundamentos de Administración de Empresas
Macroeconomía	202 Análisis Económico II
Introducción a la Economía	Créditos optativos

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	
GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2010	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Estadística	107. Estadística I
Gestión de Empresas	108. Fundamentos de Administración de Empresas

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	
GRADO EN DERECHO UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2021	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Derecho Civil General, Persona y Familia	103. Introducción al Derecho

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	
GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2010	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
MATEMATICAS PARA LA ECONOMIA Y LA EMPRESA	104. MATEMATICAS PARA LA ECONOMIA Y LA EMPRESA
ESTADISTICA I	107. Estadística I

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	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TURISMO UNIVERSIDAD DE CÁDIZ Plan de Estudios 2021	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Derecho Empresarial I	104. Introducción al Derecho
Introducción a la Economía de la Empresa	109. Fundamentos de Administración de Empresas
Dirección de Marketing	110. Marketing Estratégico y Planificación Comercial

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	
GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS UNIVERSIDAD DE CÁDIZ Plan de Estudios 2010	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Estadística	107. Estadística I
Organización y Administración de Empresas	108. Fundamentos de Administración de Empresas
Psicología del Trabajo y de las Organizaciones	Créditos optativos (6 créditos)
Teoría de las Relaciones Laborales	Créditos optativos (6 créditos)

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	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE CÁDIZ Plan de Estudios 2009 (BOE 11/06/2009)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Historia Económica	102. Historia Económica del Comercio
Derecho Empresarial I	103. Introducción al Derecho
Fundamentos de Contabilidad Financiera	106. Fundamentos de Contabilidad
Estadística	107. Estadística I
Introducción a la Economía de la Empresa	108. Fundamentos de Administración de Empresas

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	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE GRANADA Plan de Estudios BOE 19/02/11	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Historia del Desarrollo Económico Mundial Contempor.	102 Historia Económica del Comercio
Matemáticas	104 Matemáticas para la Economía y la Empresa
Microeconomía	105 Análisis Económico I
Técnicas Cuantitativas I	107 Estadística I
Fundamentos de Dirección y Administración de Empr.	108 Fundamentos de Administración de Empresas
Macroeconomía	202 Análisis Económico II
Introducción a las Operaciones Financieras	210 Valoración Financiera en el Marketing

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	
GRADO EN ECONOMÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES UNIVERSIDAD DE ALCALÁ	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Derecho	103. Introducción al Derecho
Estadística Económica	107. Estadística I
Introducción a la Economía	105. Análisis Económico I
Introducción a la Economía de la Empresa	108. Fundamentos de Administración de Empresas

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	
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE LEÓN Plan de Estudios 2010	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Matemáticas	104. Matemáticas para la Economía y la Empresa
Macroeconomía	105. Análisis Económico I
Estadística I	107. Estadística I
Fundamentos de Administración de Empresas	108. Fundamentos de Administración de Empresas
Técnicas cuantitativas de Investigación de Empresas	406 Investigación Cualitativa

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	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNED Plan de Estudios 2011	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Historia Económica	102. Historia Económica del Comercio
Introducción a la Estadística	107. Estadística I

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	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIAZ Plan de Estudios 2011	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Derecho	103. Introducción al Derecho
Fundamentos de Dirección de la Empresa	108. Fundamentos de Administración de Empresas

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	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE OVIEDO Plan de Estudios BOE (29/09/2010)	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Derecho Patrimonial Civil y Mercantil	103 Introducción al Derecho
Economía de la Empresa	108 Fundamentos de Administración de Empresas
Investigación de Mercados	206 Investigación de Mercados I
Distribución Comercial y Comercio Electrónico	208 Distribución Comercial
Creación y Dirección de Pymes	306 Emprendimiento e Innovación
Administración de la Producción	418 Planificación y Gestión de la Cadena de Suministros
Sociología	422 Sociología

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	
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS UNIVERSIDAD DE SEVILLA Plan de Estudios 2010	GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Plan de Estudios 2024
Origen asignaturas	Asignaturas Grado MIM
Introducción al Marketing	101. Fundamentos de Marketing
Instituciones Básicas de Derecho	103. Introducción al Derecho
Introducción a la Economía	105. Análisis Económico I
Finanzas	304. Finanzas Aplicadas al Marketing

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).