

7733

RESOLUCIÓN de 10 de marzo de 1999, de la Universidad de Murcia, por la que se publica la ordenación temporal del plan de estudios conducente a la obtención del título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado.

Publicado el mencionado plan de estudios en el «Boletín Oficial del Estado» número 118, de 18 de mayo de 1994, en virtud de acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de 28 de septiembre de 1992,

Este Rectorado ha resultado publicar la ordenación temporal del plan de estudios correspondiente al título oficial de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, que quedará estructurada conforme figura en el siguiente anexo y que tendrá efectos desde su impartición.

Murcia, 10 de marzo de 1999.—El Rector, José Ballesta Germán.

ANEXO

Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado

	Créditos
Primer semestre:	
Mercadotecnia I. Troncal	6
Investigación de Mercados I. Troncal	4,5
Psicología del Consumo. Troncal	4,5
Estadística Aplicada al Mercado. Troncal	4,5
Técnicas cualitativas de Investigación de Mercados. Troncal ..	4,5
Teoría de Precios. Obligatoria	4,5
Segundo semestre:	
Mercadotecnia II. Troncal	4,5
Investigación de Mercados II. Troncal	5

Créditos
Análisis de Datos Multivariantes. Obligatoria
Administración de Empresas. Troncal
Sociología del Consumo. Troncal
Economía Española. Troncal
Tercer semestre:
Mercadotecnia III. Troncal
Modelos Econométricos. Obligatoria
Relaciones Económicas Internacionales. Obligatoria
Publicidad y Promoción. Obligatoria
Cuarto semestre:
Mercadotecnia IV. Troncal
Estructura Social. Obligatoria
Distribución Comercial y Ventas. Obligatoria
Economía Industrial. Obligatoria
Optativas (cursar durante el tercer o cuarto semestre):
Mercado Interior Europeo
Dirección Estrategia I
Dirección Estrategia II
Sociología de la Comunicación
Sociología de la Opinión Pública
Marketing Internacional
Dirección de Producto
Marketing de Servicios