

13798 REAL DECRETO 1276/2000, de 30 de junio, por el que se homologan los títulos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado, del Centro de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia), con sede en Valencia, adscrito a la Universidad «Miguel Hernández», de Elche.

Aprobados los planes de estudios que conducen a la obtención de los títulos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado del Centro de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia), con sede en Valencia, adscrito a la Universidad «Miguel Hernández», de Elche, cuyas enseñanzas han sido autorizadas por Decreto 154/1999, de 17 de septiembre, de la Generalidad Valenciana, y dado que los mismos se ajustan a las condiciones generales establecidas por la normativa vigente y han sido informados favorablemente por el Consejo de Universidades, procede la homologación de los referidos títulos.

Esta homologación se efectúa de acuerdo con lo establecido en el apartado 5, en relación con el 4, del artículo 58, de la Ley Orgánica 11/1983, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria; el Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios; Reales Decretos 1421/1990 y 1427/1990, ambos de 26 de octubre, por los que se establecen los títulos universitarios oficiales de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado y las directrices generales propias de los planes de estudios conducentes a la obtención de aquéllos, y demás normas dictadas en su desarrollo.

En su virtud, a propuesta de la Ministra de Educación, Cultura y Deporte y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 30 de junio de 2000,

DISPONGO:

Artículo 1.

1. Se homologan los títulos de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y de Licenciado en

Investigación y Técnicas de Mercado del Centro de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia), con sede en Valencia, adscrito a la Universidad «Miguel Hernández», de Elche, conforme a los planes de estudios que se contienen en el anexo.

2. A los títulos que se refiere el apartado anterior les será de aplicación lo establecido en los artículos 1 al 5 del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios.

3. Las futuras modificaciones de los indicados planes de estudios serán homologadas por el Consejo de Universidades conforme a las condiciones generales legalmente establecidas.

Artículo 2.

Los títulos a que se refiere el artículo anterior se expedirán por el Rector de la Universidad «Miguel Hernández», de Elche, de acuerdo con lo establecido en el artículo 10.3 del Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, y normas dictadas en su desarrollo, con expresa mención del presente Real Decreto que homologan los títulos.

Disposición final primera.

Por el Ministro de Educación, Cultura y Deporte, en el ámbito de sus competencias, se dictarán las disposiciones necesarias para la aplicación y desarrollo del presente Real Decreto.

Disposición final segunda.

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid a 30 de junio de 2000.

JUAN CARLOS R.

La Ministra de Educación, Cultura y Deporte,
PILAR DEL CASTILLO VERA

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNANDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)

1. MATERIAS TRONCALES									
Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento	
				Totales	Teóricos	Prácticos clínicos			
1	1/1	DERECHO DE LA EMPRESA	Derecho de la Empresa	6 T	3	3	El Ordenamiento jurídico. Instituciones básicas de Derecho Civil, Derecho Mercantil, Derecho Fiscal y Derecho Laboral.	"Derecho Civil", "Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social", "Derecho Financiero y Tributario" y "Derecho Mercantil".	
1		MATEMÁTICAS	Matemáticas Aplicadas	12 T	6	6	Elementos básicos de álgebra lineal y cálculo diferencial e integral.	"Economía Aplicada", "Economía Financiera y Contabilidad", "Fundamentos del Análisis Económico", "Matemática Aplicada".	
	3/2		Matemáticas Financieras	6	3	3	Matemáticas de las operaciones financieras.	"Economía Aplicada", "Economía Financiera y Contabilidad", "Fundamentos del Análisis Económico", "Matemática Aplicada".	
1		ESTADÍSTICA E INTRODUCCIÓN A LA ECONOMOMETRÍA	Estadística	12 T	6	6	Estadística Descriptiva. Probabilidad. Influencia estadística.	"Economía Aplicada", "Estadística e Investigación Operativa", "Fundamentos del Análisis Económico", "Matemática Aplicada".	
	1/2		Introducción a la Econometría	6	3	3	Modelos de regresión simple y de variables explicativas. Utilización de paquetes econométricos para ordenadores de uso generalizado.	"Economía Aplicada", "Estadística e Investigación Operativa", "Fundamentos del Análisis Económico", "Matemática Aplicada".	
1		ECONOMÍA DE LA EMPRESA	Economía de la Empresa	12 T	9	3	Relación entre la Empresa y su entorno económico. Áreas funcionales: producción, inversión, financiación y comercialización.	"Comercialización e Investigación de Mercados", "Economía Financiera y Contabilidad", "Organización de Empresas".	
1		CONTABILIDAD FINANCIERA Y ANALÍTICA		12 T	9	3			

2. MATERIAS TRONCALES

Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Teóricos		
1	1/2		Contabilidad Financiera	6	4,5	1,5	"Economía Financiera y Contabilidad"
1	2/1		Contabilidad Analítica	6	4,5	1,5	"Economía Financiera y Contabilidad"
1	2/1	ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	Economía Española	12 T	9	3	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
	3/1		Economía Mundial	6	4,5	1,5	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
1	1/2	MACROECONOMÍA	Introducción a la Macroeconomía	12 T	9	3	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
	3/1		Macroeconomía Avanzada	6	4,5	1,5	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
1	1/1	MICROECONOMÍA	Introducción a la Microeconomía	12 T	9	3	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
	2/1		Microeconomía Avanzada	6	4,5	1,5	"Economía Aplicada"; "Fundamentos del análisis económico".
2	4	CONTABILIDAD GENERAL Y ANALÍTICA	Contabilidad General y Analítica	9 T	6	3	"Economía Financiera y Contabilidad"
2	4	DIRECCIÓN COMERCIAL	Dirección Comercial	9 T	6	3	"Comercialización e Investigación de Mercados"; "Organización de Empresas".
2	4	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE EMPRESA	Dirección Estratégica y Política de Empresa	9 T	6	3	"Comercialización e Investigación de Mercados"; "Economía Financiera y Contabilidad"; "Organización de Empresas".
2	5	DIRECCIÓN FINANCIERA	Dirección Financiera	9 T	6	3	"Economía Financiera y Contabilidad".
2	5	ECONOMETRÍA	Econometría	9 T	3	6	"Economía Aplicada"; "Estadística e Investigación Operativa"; "Fundamentos del Análisis Económico".

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)

Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Teóricos		
1	2/2	INFORMATICA APLICADA A LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS	6	1,5	4,5	Manejo de tratamiento de textos, bases de datos y hojas de cálculo. Programas aplicados a la gestión de las empresas. "Lenguajes y Sistemas Informáticos". "Organización de Empresas". "Comercialización e Investigación de Mercados". "Economía Financiera y Contabilidad".
1	1/2	INTRODUCCIÓN AL DERECHO TRIBUTARIO	4,5	3	1,5	Ingresos y gastos públicos: los tributos en particular. Principios de Derecho Tributario. Aspectos materiales y formales del Derecho Tributario. "Derecho Financiero y tributario".
1	1/1	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL	7,5	4,5	3	Conocimiento y dominio de la metodología elemental de las ciencias sociales y de sus técnicas de investigación. "Estadística e Investigación Operativa". "Metodología de las Ciencias del Comportamiento". "Comercialización e Investigación de Mercados".
1	1/2	DERECHO DEL TRABAJO	4,5	3	1,5	Las relaciones laborales. El contrato de trabajo. Los convenios colectivos. "Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social".
1	2/1	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	4,5	3	1,5	Diseño del sistema de producción. Elementos determinantes del sistema productivo. Planificación, programación y control de la producción. "Organización de Empresas".
1	2/2	DISEÑO DE LAS ORGANIZACIONES	4,5	3	1,5	Naturaleza y estructura de las organizaciones. Elementos de diseño y factores contingenciales. Configuraciones estructurales. "Organización de Empresas".
1	2/1	TRIBUTACIÓN EMPRESARIAL	7,5	6	1,5	Tributación de las sociedades y empresarios individuales. "Derecho Financiero y Tributario".
1	2/2	TRIBUTACIÓN AUTONÓMICA Y LOCAL	7,5	6	1,5	Los ingresos tributarios de las Comunidades Autónomas. Impuestos propios y cedidos. Los ingresos tributarios de las Corporaciones Locales. Los impuestos en la Hacienda Municipal y en la Hacienda Provincial. "Derecho Financiero y Tributario".
1	2/2	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES	6	4,5	1,5	Contabilización de las modificaciones de los fondos propios en las diferentes formas societarias. Empréstitos. "Economía Financiera y Contabilidad".
1	3/2	COMERCIO EXTERIOR	6	4,5	1,5	Teoría estándar del comercio exterior. Dotación de factores e intercambio. Crecimiento económico y comercio internacional. Restricciones comerciales. Barreras comerciales no arancelarias y neoproteccionismo. Integración económica. Mercados de divisas y tasas de cambio. Integración monetaria y comercio internacional. "Economía Aplicada".
1	3/1	CREACIÓN DE EMPRESAS	6	4,5	1,5	Creatividad. Iniciativa empresarial. Proceso evolutivo de la creación de la empresa. Plan de negocios. "Organización de Empresas".
1	3	CONTABILIDAD DE GESTIÓN	9	6	3	Cálculo y contabilización de costes. Presupuestos y Modelos contables para la dirección. "Economía Financiera y Contabilidad".
2	4/2	INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN FINANCIERA	4,5	3	1,5	Evaluación de proyectos de inversión y criterios de selección. Fuentes de financiación, estructura financiera y coste de capital. "Economía Financiera y Contabilidad".
2	4/1	DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA	6	4,5	1,5	Innovación y nuevos productos. Proceso de desarrollo de nuevos productos. Adopción y difusión de innovaciones. Estrategia tecnológica. "Organización de Empresas".
2	4/2	DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PERSONAL	6	4,5	1,5	Objetivos, políticas y planificación. Técnicas y sistemas de gestión del personal. "Psicología Social". "Organización de Empresas".
2	4	POLÍTICA ECONÓMICA	9	6	3	Aspectos metodológicos y evolución de la política económica. El proceso de elaboración de la Política Económica. Objetivos e instrumentos de la Política Económica. Política Macroeconómica. Nuevos enfoques de la Política Económica. Actuaciones instrumentales y sectoriales de la política económica. Análisis de instrumentos y variables que intervienen en el proceso de elaboración de la política monetaria, la política fiscal, la política de tipo de cambio, la política de rentas, etc. "Economía Aplicada". "Fundamentos del Análisis Económico".

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)

Ciclo	Curso	Denominación	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Prácticos Clínicos		
2	4/1	INVESTIGACIÓN COMERCIAL	7,5	3	La función de la investigación de marketing. El proceso de investigación. Fuentes de información. Formatos ad hoc, continuos y cualitativos. Códigos ESOMAR. La investigación cualitativa. Cuestionario. Aplicaciones al producto, precio, comunicación y distribución. Concepto, objetivos, marco legal y reglamentación profesional. Planificación del trabajo. Normas e informes de auditoría. Psicología de la venta: análisis de la interacción cliente-vendedor. Estrategias psicológicas de solución de problemas en ventas. El comportamiento colectivo y los fenómenos económicos. Significado e incidencias psicosociales del consumo. Comportamiento del consumidor y reacciones inducidas. Aspectos metodológicos de la Economía Industrial. El modelo Estructura-Conducta-Resultados. Principales Técnicas de Análisis. Fuentes estadísticas para el Análisis Sectorial. Análisis de la Evolución de los sectores industriales. Políticas de apoyo a la industria. Estrategias de marketing. Segmentación y Posicionamiento. Cartera de productos: diagnóstico y acciones de marketing. Estrategias comerciales. Planificación de marketing.	"Comercialización e Investigación de Mercados". "Economía Financiera y Contabilidad". "Psicología Social". "Economía Aplicada". "Comercialización e Investigación de Mercados".
2	5/2	AUDITORIA FINANCIERA	4,5	1,5		
2	5	PSICOLOGÍA COMERCIAL	9	3		
2	5/2	ECONOMÍA Y POLÍTICA INDUSTRIAL	4,5	1,5		
2	5/1	PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING	7,5	3		

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)

Denominación	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
	Totales	Prácticos Clínicos		
FRANCÉS ECONÓMICO EMPRESARIAL (3*)	6	3	Desarrollo aplicado de la lengua francesa en sus aspectos económicos y empresariales.	"Filología Francesa".
INGLÉS EMPRESARIAL (3*)	6	3	Comprensión y utilización del idioma en el lenguaje empresarial moderno.	"Filología Inglesa".
SOCIOLOGÍA (3*)	6	3	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.	"Sociología". "Antropología Social".
ECONOMÍA DE LA UNIÓN EUROPEA (3*)	6	3	Teoría y política del proceso de integración europea. Efectos de la integración en la economía española. Las principales políticas de la Unión Europea. Ventajas e inconvenientes de la Unión Monetaria.	"Economía Aplicada".
DERECHO DE SOCIEDADES Y CONCURSAL (3*)	6	3	Régimen jurídico de las empresas mercantiles. Quiebra y suspensión de pagos.	"Derecho Mercantil".
MARKETING DE SERVICIOS (5*)	4,5	1,5	Estudio teórico-práctico del marketing en empresas de servicios con su entorno específico. Comportamiento de adquisición de los mismos, oferta, fijación de precios, calidad e innovación, distribución y comunicación.	"Dirección de Empresas". "Comercialización e Investigación de Mercados".
GESTIÓN DE VENTAS (5*)	4,5	1,5	Rendimiento de vendedores, análisis y seguimiento. Control de ventas. Equipos y redes de ventas. Dirección y planificación de ventas.	"Comercialización e Investigación de Mercados".
ÉTICA DE LOS NEGOCIOS (5*)	4,5	1,5	Relaciones entre ética y actividad empresarial.	"Organización de Empresas". "Filosofía Moral".
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS (5*)	4,5	1,5	Estudio teórico-práctico de la comunicación empresarial desde el punto de vista de la publicidad, estrategia creativa, planificación de medios y soportes, eficacia publicitaria, promoción de ventas y otros elementos de la comunicación como herramientas promocionales del marketing.	"Dirección de Empresas". "Comercialización e Investigación de Mercados".

10,5

Créditos totales para optativas por ciclo

Curso

ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

2. ENSEÑANZAS DE:

PRIMERO Y SEGUNDO

CICLO

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)
Decreto 154/1999, de 17 de Septiembre, del Gobierno Valenciano. (DOGV 28/9/99)

4. CARGA LECTIVA GLOBAL:

308,5

CREDITOS

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO	1	48	16,5				64,5
	2	24	36				60
	3	18	21	6	15		60
II CICLO	4	27	33				60
	5	18	25,5	4,5	16		64

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO NO

6. SI SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CRÉDITOS A:

SI PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.

SI TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS.

SI ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD.

SI OTRAS ACTIVIDADES.

-EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS: 9 CREDITOS.

-EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA : Materias optativas. Por trabajos académicamente dirigidos se concederán hasta un máximo de 5 créditos en cada caso. Por prácticas en empresas se concederán hasta un máximo de 12 créditos, considerándose que 20 horas equivalen a 1 crédito

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:

- 1º CICLO 3 AÑOS

- 2º CICLO 2 AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO.

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1	64,5	42	22,5
2	60	40,5	19,5
3	45	30	15
4	60	40,5	19,5
5	48	28,5	19,5
Libre Configuración	31		
Totales	308,5	181,5	96

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DE LAS ASIGNATURAS DEL PLAN
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

1 CURSO		2 CURSO	
1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE	1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE
ECONOMÍA DE LA EMPRESA (12) T		ECONOMÍA ESPAÑOLA (6) T	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMOMETRIA (6) T
TECNICAS DE INVESTIGACION SOCIAL (7,5) Ob	ESTADISTICA (6) T	TRIBUTACION EMPRESARIAL (7,5) Ob	TRIBUTACION AUTONOMICA Y LOCAL (7,5) Ob
INTRODUCCION A LA MICROECONOMIA (6) T	DERECHO DEL TRABAJO (4,5) Ob	MICROECONOMIA AVANZADA (6) T	CONTABILIDAD DE SOCIEDADES (6) Ob
MATEMATICAS APLICADAS (6) T	CONTABILIDAD FINANCIERA (6) T	CONTABILIDAD ANALITICA (6) T	DISENO DE LAS ORGANIZACIONES (4,5) Ob
DERECHO DE LA EMPRESA (6) T	INTRODUCCION AL DERECHO TRIBUTARIO (4,5) Ob	ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION (4,5) Ob	INFORMATICA APLICADA A LA GESTION DE LAS EMPRESAS (6) Ob
	INTRODUCCION A LA MACROECONOMIA (6) T		

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)

3 CURSO		4 CURSO	
1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE	1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE
MACROECONOMIA AVANZADA (6) T	COMERCIO EXTERIOR (6) Ob	CONTABILIDAD GENERAL Y ANALITICA (9) T	
ECONOMIA MUNDIAL (6) T	MATEMATICAS FINANCIERAS (6) T	DIRECCION COMERCIAL (9) T	
CONTABILIDAD DE GESTION (9) Ob		DIRECCION ESTRATEGICA Y POLITICA DE EMPRESA (9) T	
CREACION DE EMPRESAS (6) Ob	OPTATIVAS (6)	ECONOMIA POLITICA (9) Ob	
LIBRE CONFIGURACION (15)		INVESTIGACION COMERCIAL (7,5) Ob	
		DIRECCION Y GESTION DE PERSONAL (6) Ob	
		DIRECCION DE LA INNOVACION Y LA TECNOLOGIA (6) Ob	
		INTRODUCCION A I.A DIRECCION FINANCIERA (4,5) Ob	

5 CURSO	
1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE
DIRECCION FINANCIERA (9) T	
ECONOMETRIA (9) T	
PSICOLOGIA COMERCIAL (9) Ob	
PLANIFICACION Y ESTRATEGIA DEL MARKETING (7,5) Ob	AUDITORIA FINANCIERA (4,5) Ob
OPTATIVAS (4,5)	ECONOMIA Y POLITICA INDUSTRIAL (4,5) Ob
LIBRE CONFIGURACION (16)	

UNIVERSIDAD

MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)

1. MATERIAS TRONCALES

Ciclo	Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/diversifica la materia troncal	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
				Totales	Prácticas clínicas		
2º	1/1	ECONOMÍA APLICADA	Economía española	8T+1A 4,5	3	1,5	"Economía Aplicada", "Economía Financiera y Contabilidad", "Fundamentos del Análisis Económico" y "Organización de Empresas".
	1/2		Organización de empresas	4,5	3	1,5	"Economía Aplicada", "Economía Financiera y Contabilidad", "Fundamentos del Análisis Económico" y "Organización de Empresas".
2º	1	INVESTIGACION DE MERCADOS	Investigación de Mercados I	8T+1A	3	6	"Comercialización e Investigación de Mercados", "Economía Aplicada", "Estadística e Investigación Operativa", "Metodología de las Ciencias del Comportamiento" y "Sociología".
	1/1	PSICO-SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	Psico-sociología del consumo	4, T.+0,5A	3	1,5	El comportamiento colectivo y los fenómenos económicos. Significado e incidencias psicosociales del consumo. Comportamiento del consumidor y reacciones inducidas.
3º	1	MERCADOTÉCNIA	Mercadotécnica I	16 T.+2A 12	6	6	"Comercialización e Investigación de Mercados", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Economía Aplicada", y "Sociología".
	2/1		Mercadotécnica II	6	3	3	"Comercialización e Investigación de Mercados", "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Economía Aplicada" y "Sociología".

1. MATERIAS TRONCALES

Curso	Denominación	Asignaturas en las que la Universidad, en su caso, organiza/ diversifica la materia troncal	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
			Totales	Prácticos clínicos		
1º	ESTADÍSTICA APLICADA	Estadística Aplicada	4,1+0,5A	1,5	Técnicas Estadísticas aplicadas al mercado.	* Comercialización e Investigación de Mercados*, "Economía Aplicada", "Estadística e Investigación Operativa", "Fundamentos del Análisis Económico", "Metodología de las Ciencias del Comportamiento" y "Sociología".

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)

Curso	Denominación	Créditos anuales		Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento
		Totales	Prácticos clínicos		
1º	Psicología comercial	4,5	1,5	Psicología de la venta: análisis de la interacción cliente-vendedor. Estrategias psicológicas de solución de problemas en ventas.	* Comercialización e Investigación de Mercados*, "Psicología Social" y "Sociología".
2º	Dirección comercial	12	6	Decisiones de política comercial. El mercado: técnicas aplicables. Estrategia comercial. Marketing-mix. Políticas de producto, precios, distribución y promoción.	* Comercialización e Investigación de Mercados*, "Comunicación Audiovisual y Publicidad", "Economía Aplicada" y "Sociología".
2º	Comunicación comercial	7,5	3	Proceso e instrumentos de comunicación comercial. Planificación, presupuesto y medios publicitarios.	* Comercialización e Investigación de Mercados*, "Comunicación Audiovisual y Publicidad" y "Sociología".
2º	Creación de empresas	6	3	Creatividad. Iniciativa empresarial. Proceso evolutivo de la creación de la empresa. Plan de Negocio.	* Organización de Empresas* y "Economía Financiera y Contabilidad".
2º	Comercio exterior	4,5	1,5	Descripción de las relaciones comerciales entre países. Técnicas y procedimientos necesarios para su aplicación.	* Economía Aplicada* y "Fundamentos del Análisis Económico".
2º	Dirección estratégica	7,5	3	Decisiones que definen la estrategia de una empresa: combinación tecnología, producto, mercado. Objetivos a largo plazo y medios para alcanzarlos.	* Organización de Empresas* y * Comercialización e Investigación de Mercados*.

2. MATERIAS OBLIGATORIAS DE UNIVERSIDAD (en su caso)						
Curso	Denominación	Créditos anuales			Breve descripción del contenido,	Vinculación a áreas de conocimiento
		Totales	Teóricos	Prácticos clínicos		
2/1	Investigación de mercados II	6	3	3	Ampliación de la investigación de mercados; productos, precios, distribución y publicidad. Análisis del posicionamiento. Aplicaciones informáticas.	* Comercialización e Investigación de Mercados; * Economía Aplicada; * Estadística e Investigación Operativa; * Metodología de las Ciencias del Comportamiento y * Sociología.
2/1	Técnicas de muestreo	6	3	3	Muestreo Aleatorio Simple. Muestreo Estratificado. Muestreo Polietápico. Muestreo Estratificado Polietápico. Fuentes de error en las encuestas.	* Comercialización e Investigación de Mercados; * Economía Aplicada; * Estadística e Investigación Operativa; * Metodología de las Ciencias del Comportamiento y * Sociología;
2/2	Análisis estadístico multivariante	6	3	3	Métodos y Técnicas Multivariantes aplicados. Análisis Factorial, Manova, Análisis Discriminante, Análisis de Correspondencias Simple y Múltiple, Escalas Multidimensionales, Clusters.	* Comercialización e Investigación de Mercados; * Economía Aplicada; * Estadística e Investigación Operativa; * Metodología de las Ciencias del Comportamiento y * Sociología.

3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)					
DENOMINACION	CREDITOS			BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	VINCULACION A AREAS DE CONOCIMIENTO
	Totales	Teóricos	Prácticos clínicos		
Aplicaciones de marketing sectoriales	6	4,5	1,5	Marketing - cuantitativo y cualitativo aplicado a sectores económicos característicos	* Comercialización e Investigación de Mercados; * Comunicación Audiovisual y Publicidad; * Economía Aplicada y * Sociología.
Teoría de precios	6	4,5	1,5	Decisiones y técnicas sobre fijación de precios	* Economía Aplicada; * Fundamentos del Análisis Económico; * Comercialización e Investigación de Mercados; * Economía Financiera y Contabilidad y * Organización de Empresas
Derecho del mercado	6	4,5	1,5	Protección de la actividad empresarial. Derecho de la Publicidad. Derecho de la Propiedad Empresarial.	* Derecho Mercantil
Contabilidad empresarial	6	4,5	1,5	Tributación de la actividad empresarial: determinación del beneficio y de las operaciones. Régimen impositivo de las sociedades y los empresarios individuales	* Derecho Financiero y Tributario
Ética de los negocios	6	4,5	1,5	Relaciones entre ética y actividad comercial.	* Comercialización e Investigación de mercados * Filosofía moral
Dirección de la innovación y la tecnología	6	4,5	1,5	Innovación y nuevos productos. Proceso de desarrollo de nuevos productos. Adopción y difusión de innovaciones. Estrategia tecnológica.	* Organización de Empresas; * Comercialización e Investigación de Mercados y * Economía Aplicada.

Créditos totales para optativas
- por cada
- curso

ESTRUCTURA GENERAL Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD:

I. ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

1. PLAN DE ESTUDIOS CONDUENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO OFICIAL DE

2. ENSEÑANZAS DE: CICLO

3. CENTRO UNIVERSITARIO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

4. CARGA LECTIVA GLOBAL: CREDITOS

Distribución de los créditos

CICLO	CURSO	MATERIAS TRONCALES	MATERIAS OBLIGATORIAS	MATERIAS OPTATIVAS	CREDITOS LIBRE CONFIGURACION	TRABAJO FIN DE CARRERA	TOTALES
I CICLO							
	1	34,5	31,5				66
II CICLO	2	10,5	28,5	12	15		66

5. SE EXIGE TRABAJO O PROYECTO FIN DE CARRERA, O EXAMEN O PRUEBA GENERAL NECESARIA PARA OBTENER EL TÍTULO

6. SE OTORGAN, POR EQUIVALENCIA, CREDITOS A:

- SI PRACTICAS EN EMPRESAS, INSTITUCIONES PUBLICAS O PRIVADAS, ETC.
- SI TRABAJOS ACADÉMICAMENTE DIRIGIDOS E INTEGRADOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS.
- SI ESTUDIOS REALIZADOS EN EL MARCO DE CONVENIOS INTERNACIONALES SUSCRITOS POR LA UNIVERSIDAD.
- SI OTRAS ACTIVIDADES.

-EXPRESIÓN, EN SU CASO, DE LOS CREDITOS OTORGADOS: CREDITOS.

-EXPRESIÓN DEL REFERENTE DE LA EQUIVALENCIA: Materias optativas. Por trabajos académicamente dirigidos se concederán hasta un máximo de 5 créditos en cada caso. Por prácticas en empresas se concederán hasta un máximo de 12 créditos, considerándose que 20 horas equivalen a 1 crédito.

7. AÑOS ACADÉMICOS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN, POR CICLOS:

- 1º CICLO AÑOS

- 2º CICLO AÑOS

8. DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA LECTIVA GLOBAL POR AÑO ACADÉMICO.

AÑO ACADÉMICO	TOTAL	TEÓRICOS	PRACTICOS/ CLINICOS
1	66	36	30
2	51	28,5	22,5
Libre Configuración	15		
Totales	132	72,5	59,5

II. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

REGIMÉN DE ACCESO

Orden Ministerial de 11 de Septiembre de 1991 (BOE del 26) modificada por Orden Ministerial de 25 de Mayo de 1994, BOE nº 130 de 1 de Junio.

ORDENACION TEMPORAL DEL APRENDIZAJE

1 CURSO

- I CUATRIMESTRE**
 - Economía española (tr. 4,5 cr.)
 - Psicosociología del consumo (tr. 4,5 cr.)
 - Comunicación comercial (ob. 7,5 cr.)
- 2 CUATRIMESTRE**
 - Organización de empresas (tr. 4,5 cr.)
 - Psicología comercial (ob. 4,5 cr.)
 - Dirección estratégica (ob. 7,5 cr.)

ANUALES

- Investigación de mercados I (tr. 9 cr.)
- Marketing I (tr. 12 cr.)
- Dirección comercial (ob. 12 cr.)

2 CURSO

- I CUATRIMESTRE**
 - Marketing II (tr. 6 cr.)
 - Estadística aplicada (tr. 4,5 cr.)
 - Técnicas de muestreo (ob. 6 cr.)
 - Investigación de mercados II (ob. 6 cr.)
 - Optativa 6 cr.
- 2 CUATRIMESTRE**
 - Creación de empresas (ob. 6 cr.)
 - Comercio exterior (ob. 4,5 cr.)
 - Análisis estadístico multivariante (ob. 6 cr.)
 - Optativa 6 cr.

LIBRE CONFIGURACION: 15 Cr.

ORGANIZACIÓN TEMPORAL DE LAS ASIGNATURAS DEL PLAN DE LICENCIADO EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO

CENTRO UNIVERSITARIO ESIC-VALENCIA (ADSCRITO)

1 CURSO		2 CURSO	
1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE	1 CUATRIMESTRE	2 CUATRIMESTRE
ECONOMÍA ESPAÑOLA (4,5) T	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS (4,5) T	MERCADOTÉCNIA II (6) T	CREACIÓN DE EMPRESAS (6) Ob
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I (9) T		ESTADÍSTICA APLICADA (4,5) T	COMERCIO EXTERIOR (4,5) Ob
MERCADOTÉCNIA I (12) T		TÉCNICAS DE MUESTREO (6) Ob	ANÁLISIS ESTADÍSTICO MULTIVARIANTE (6) Ob
PSICO-SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO (4,5) T	PSICOLOGÍA COMERCIAL (4,5) Ob	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II (6) Ob	OPTATIVA 2
DIRECCIÓN COMERCIAL (12) Ob		OPTATIVA I	
COMUNICACIÓN COMERCIAL (7,5) Ob	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA (7,5) Ob		1

OPTATIVAS ELEGIR 12 CRÉDITOS

OPTATIVA 1	APLICACIONES SECTORIALES DE MARKETING
OPTATIVA 2	TEORÍA DE PRECIOS
OPTATIVA 3	DERECHO DEL MERCADO
OPTATIVA 4	TRIBUTACIÓN EMPRESARIAL
OPTATIVA 5	ÉTICA DE LOS NEGOCIOS
OPTATIVA 6	DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA

CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN: 15 CRÉDITOS