

**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 .....	4,5
Administración de Empresas. Troncal .....	5
Sociología del Consumo. Troncal .....	4,5
Economía Española. Troncal .....	5
Tercer semestre:	
Mercadotecnia III. Troncal .....	4,5
Modelos Económicos. Obligatoria .....	6
Relaciones Económicas Internacionales. Obligatoria .....	4,5
Publicidad y Promoción. Obligatoria .....	4,5
Cuarto semestre:	
Mercadotecnia IV. Troncal .....	4,5
Estructura Social. Obligatoria .....	4,5
Distribución Comercial y Ventas. Obligatoria .....	4,5
Economía Industrial. Obligatoria .....	4,5
Optativas (cursar durante el tercer o cuarto semestre):	
Mercado Interior Europeo .....	4,5
Dirección Estrategia I .....	4,5
Dirección Estrategia II .....	4,5
Sociología de la Comunicación .....	4,5
Sociología de la Opinión Pública .....	4,5
Marketing Internacional .....	4,5
Dirección de Producto .....	4,5
Marketing de Servicios .....	4,5