

Aprobada la modificación del plan de estudios de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas que se imparte en la Facultad de Economía IQS de la Universidad «Ramón Llull», en la sesión de la Junta Académica de fecha 17 de febrero de 2000; homologada la modificación por acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de fecha 16 de mayo de 2000, el Rector ha resuelto ordenar la publicación de dicho plan de estudios conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre («Boletín Oficial del Estado» de 14 de diciembre), que modificará el plan de estudios anterior, publicado en la Resolución de 17 de enero de 1997 («Boletín Oficial del Estado» número 37, de 12 de febrero). El plan de estudios al que se refiere la presente Resolución quedará estructurado conforme a lo que figura en el anexo de la misma.

Barcelona, 5 de junio de 2000.—El Rector, Miquel Gassiot Matas.

**Anexo 2-C. Contenido del plan de estudios**

**UNIVERSIDAD**

RAMON LLULL

**PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO OFICIAL DE**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

<b>3. MATERIAS OPTATIVAS (en su caso)</b>				Créditos totales para optativas (1) _____ - por ciclo _____ - curso _____	
Denominación (2)	Créditos			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas de conocimiento (3)
	Totales	Teóricos	Prácticos/ clínicos		
Marketing Internacional	6			La asignatura debe permitir al alumno familiarizarse con los problemas de Marketing que existen cuando se sale del mercado doméstico. Se analiza el desarrollo de estrategias de marketing global dentro del Plan Estratégico de la empresa, así como las herramientas y las mejores prácticas para llevar a cabo un Plan de Marketing Internacional.	Comercialización e investigación de mercados
Comercio Exterior	6			La asignatura pretende familiarizar al alumno con los conocimientos e instrumentos de análisis relacionados con el Comercio Internacional, de forma que el alumno adquiriera conocimientos e instrumentos que le permitan explicar la evolución del comercio internacional, las razones y ventajas de tal proceso, y la situación actual de creación de bloques comerciales dentro del marco de la globalización económica.	Comercialización e investigación de mercados