



1 Cronograma de implantación del título.

Salvo que la Universidad de Valladolid decida adoptar otra alternativa con carácter general para ordenar el proceso de transición de títulos, la implantación del nuevo Grado en **Marketing e Investigación de Mercados** se realizará de forma progresiva con la consiguiente extinción paulatina y en paralelo del Plan de Estudios al que sustituye, **Investigación y Técnicas de Mercado**, de acuerdo con la siguiente planificación temporal:

Tabla 10.1.1 Cronograma de implantación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados

	Licenciatura de 2º ciclo Investigación y Técnicas de Mercado (ITM)	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (MIM)
Curso 2010-2011	1º, 2º	1º
Curso 2011-2012	2º	1º, 2º
Curso 2012-2013	-----	1º, 2º, 3º
Curso 2013-2014	-----	1º, 2º, 3º, 4º

Se establece un periodo de extinción del Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado que va desde el curso 2010-2011, en el que se imparte por última vez la docencia del primer curso de la Licenciatura, hasta el curso 2011-2012, año en el que se impartirá por última vez la docencia correspondiente al segundo curso de la actual Licenciatura de segundo ciclo.

Si finalizada la docencia en la titulación el alumno no hubiera concluido sus estudios de Licenciatura se le aplicará las disposiciones reguladoras por las que hubiera iniciado sus estudios. Se habilitarán hasta seis convocatorias de exámenes hasta la extinción definitiva del plan de estudios de la licenciatura. Tras dicho período el alumno que no haya finalizado sus estudios, deberá adaptarlos al Grado en Marketing e Investigación de Mercados, para proseguir o finalizar sus estudios.



2 Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios.

Para los estudiantes que proceden del Plan de Estudios del Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado (Segundo Ciclo) (B.O.E. nº 184 de 3 de Agosto de 1998, resolución de 21 de Julio de 1998) se establece un procedimiento de adaptación de los estudios existentes al Nuevo Plan, de acuerdo con la siguiente tabla de adaptaciones o equivalencias.

Tabla 10.2. Adaptaciones del título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado al de Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Asignatura de Grado MIM	Tipo	ECTS	Cód. sigma	Asignatura de Titulación actual ITM	Carácter	Créditos LRU
Análisis y Control de Gestión	OB	4.5	43585	Análisis y Control de Gestión	Obligatorio	6
Auditoria Interna del Área Comercial	OP	6	43587	Auditoria de las Operaciones Comerciales	Optativa	6
Análisis y Financiación de Proyectos Empresariales	OB	6	43591	Inversión y Financiación de Proyectos Empresariales	Optativa	6
Dirección Estratégica	OB	6	43583	Estrategia Competitiva de la Empresa	Obligatorio	6
Introducción a la Economía de la Empresa	FB	6	43571	Economía y Administración de Empresas	Troncal	6
Dirección de Equipos	OB	3	43590	Técnicas de Negociación y Gestión de Recursos Humanos	Optativa	6
Dirección de Marketing I	OB	4.5	43575	Dirección de Marketing	Troncal	12
Dirección de Marketing II	OB	4.5				
Fundamentos de Investigación de Mercados	OB	6	43574	Fundamentos de Investigación de Mercados	Troncal	6
Investigación de Mercados Avanzada	OB	6	43581	Investigación de Mercados Avanzada	Troncal	6
Comunicación Comercial	OB	6	43584	Distribución y Comunicación Comercial	Obligatorio	12
Distribución Comercial	OB	6				
Marketing Internacional y Comercio Exterior	OB	6	43592	Marketing Internacional	Optativa	6
Comportamiento del Consumidor	OB	6	43578	Comportamiento del Consumidor	Obligatorio	6
Estrategia de Marketing	OB	6	43582	Estrategia de Marketing	Troncal	6
Comercio y Relaciones Financieras Internacionales	OB	4.5	43580	Comercio y Relaciones Financieras Internacionales	Obligatorio	6
Economía del Consumo y la Demanda	OP	6	43593	Economía del Consumo y de la Demanda	Optativa	6
Estructura Económica Sectorial	OB	4.5	43572	Estructura Sectorial de la Economía Española	Troncal	6
Integración Comercial Internacional	OP	6	43586	Integración Comercial Internacional	Optativa	6
Estadística II	OB	6	43573	Estadística Aplicada	Troncal	6
Análisis Multivariante de Datos Económicos	OB	6	43579	Métodos Cuantitativos para la Investigación de Mercados	Obligatorio	9
Técnicas Cuantitativas de Previsión	OB	6	43595	Complementos de Análisis Estadístico Multivariante	Optativa	6
Régimen Jurídico del Mercado I	OB	3	43577	Régimen Jurídico del Mercado	Obligatorio	6
Régimen Jurídico del Mercado II	OB	3				
Régimen Jurídico de la Distribución Comercial	OP	6	43594	Régimen Jurídico de la Distribución Comercial	Optativa	6
Psico-Sociología del Consumo	OB	4.5	43576	Psico-Sociología del Consumo	Troncal	6
Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados	OP	6	43588	Análisis Cualitativo en la Investigación de Mercados	Optativa	6
Investigación de la Opinión Pública	OP	6	43589	Investigación de la Opinión Pública	Optativa	6



3 Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto.

La implantación del Título de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid, extingue las enseñanzas de la licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado de la misma Universidad.



