



Universidad  
Rey Juan Carlos  
MADRID

www.urjc.es  
Información General: 91 665 50 60  
C.A.T.A. (Centro de Atención  
Telefónica al Alumno): 91 488 93 93

**Pública**  
y preparada para ti


octubre '08

campus



**Vicálvaro**

Pº de los Artilleros, s/n  
28032 MADRID  
Teléfono: 91 488 78 00  
www.fcjs.urjc.es

 Línea 9 (Vicálvaro)

## PLAN DE ESTUDIOS

ASIGNATURA CARÁCTER CRÉDITOS

### CURSO 1º

Mercadotecnia I	TR	12
Investigación de Mercados	TR	9
Economía Española (1s)	TR	5
Psico-sociología del Consumo (1s)	TR	4,5
Comunicación Comercial (1s)	OB	7,5
Asignatura Optativa (1s)	OPT	6
Dirección y Técnicas de Venta (2s)	OB	4,5
Economía de la Empresa (2s)	OB	4,5
Dirección Estratégica (2s)	OB	7,5
Asignatura Optativa (2s)	OPT	6

### CURSO 2º

Mercadotecnia II (1s)	TR	6
Estadística Aplicada (1s)	TR	4,5
Investigación de Mercados II (1s)	OB	6
Técnicas de Muestreo (1s)	OB	6
Asignatura Optativa (1s)	OPT	6
Organización de Empresas (2s)	TR	5
Derecho del Mercado (2s)	OB	6
Análisis Estadístico Multivariante (2s)	OB	6
Asignatura Optativa (2s)	OPT	6
Libre Configuración	LC	15



(1s): Primer semestre. (2s): Segundo semestre.

ASIGNATURA CARÁCTER CRÉDITOS

### OPTATIVAS(\*)

Distribución Comercial	OPT	6
Marketing Directo	OPT	6
Marketing Sectorial	OPT	6
Marketing Internacional	OPT	6
Dirección Comercial	OPT	12
Recursos Humanos	OPT	6
Ética de los Negocios (Humanidades)	OPT	6
Creación de Empresas	OPT	6

### Complementos de Formación

Técnicas de Investigación Social (1s)	8
Microeconomía (2s)	8

### CRÉDITOS

Título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado:  
**132 créditos**, distribuidos:

- Materias Troncales y Obligatorias 93 créditos
- Materias Optativas 24 créditos
- Materias de Libre Elección 15 créditos

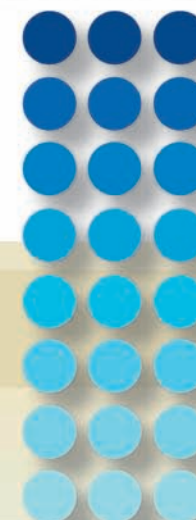


(\*) De la relación de Asignaturas Optativas, la Universidad ofertará anualmente las que esté en disposición de impartir.

# Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado (2º Ciclo)



Universidad  
Rey Juan Carlos



Esta titulación se imparte en:



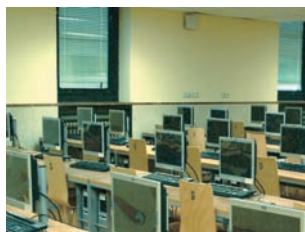
**CAMPUS DE VICÁLVARO**

La Universidad Rey Juan Carlos es una Universidad pública creada en 1996 por el Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid, con el respaldo unánime de todos los grupos con representación política en la Asamblea, para favorecer la competitividad entre las Universidades existentes y contribuir al enriquecimiento global de las oportunidades para los estudiantes, tanto en la esfera individual como social. La URJC dispone de cuatro campus: Móstoles, Alcorcón, Vicálvaro y Fuenlabrada; y la sede de la Fundación General situada en la plaza Manuel Becerra (Madrid).

LICENCIATURA EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO

La Universidad Rey Juan Carlos, consciente de la necesidad de profundizar en los campos de la investigación de mercados y en el mundo del marketing, ha promovido esta licenciatura oficial de segundo ciclo, en el ánimo de aportar a sus alumnos unos conocimientos y experiencias que les permitan abordar las tareas que competen a un departamento de marketing y de investigación de mercados, cualificándoles para acometer proyectos profesionales en este ámbito. Constituye un complemento de la Diplomatura en Ciencias Empresariales para todos aquellos diplomados que deseen alcanzar el grado de Licenciado y ampliar su formación en el campo del marketing.

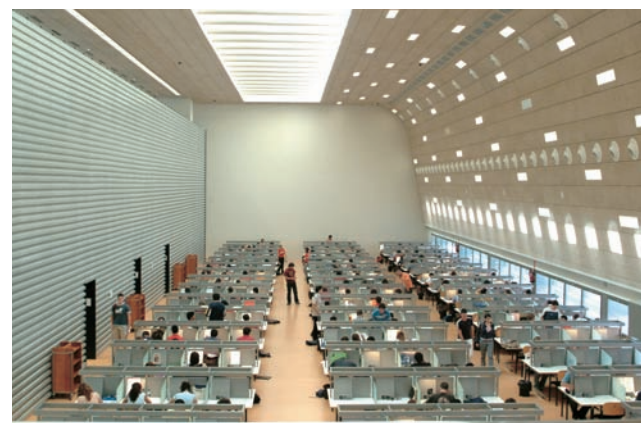
El título oficial que se obtiene es el de **Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado**.



El Campus de Vicálvaro se localiza en el distrito de Vicálvaro (Madrid capital) y está perfectamente comunicado mediante transporte público, con una estación de Metro a la entrada del Campus.

Una parte de sus instalaciones se ubica en singulares e históricos edificios rehabilitados y otra en instalaciones de reciente creación. El Campus está en plena adecuación de sus recursos a la exigencia de una enseñanza de calidad, con un proyecto a medio plazo de ampliación de edificios para dar cabida a sus más de 10.000 alumnos, casi cuatrocientos Profesores y más de cien integrantes del Personal de Administración y Servicios. También dispone de red WIFI. Además de zonas verdes, el Campus dispone de las siguientes instalaciones:

- **Edificio de Gestión.** Es un antiguo Cuartel de Artilleros reconvertido en un moderno edificio en el que está ubicado el Decanato, la Gerencia del Campus, la Secretaría de Alumnos, el Servicio Médico, el Gabinete de Estudios, Análisis y Planificación, Asuntos Económicos, la Universidad de Mayores, el Servicio de Publicaciones, Registro, Almacén, Informática y el Servicio de Relaciones Internacionales, entre otros.
- **Aulario.** Dotado con más de medio centenar de aulas de diversa capacidad y aulas de informática, cafetería de alumnos, servicio de reprografía, librería y las asociaciones de alumnos del Campus.
- **Edificio Departamental.** Capaz de albergar a más de cuatrocientos profesores, está dotado con Salón de Grados, unas modernas instalaciones informáticas, laboratorios de imagen y sonido y plató de TV, sala de profesores, seminarios, así como salas para reuniones y doctorado.



- **Biblioteca.** Edificio de nueva planta con salas de lectura, de estudio y de trabajo en grupo para unos mil alumnos, un fondo bibliográfico de 150.000 volúmenes, un millar de publicaciones periódicas, acceso en red a bases de datos y revistas electrónicas a texto completo. Cuenta también con mediateca, hemeroteca. Salón de Actos de 300 plazas equipado con sistemas de proyección digitalizados. En el sótano del edificio se ha instalado un Gimnasio para uso de toda la Comunidad Universitaria.



C.O.I.E.

**C.O.I.E.:** El Centro de Orientación e Información para el Empleo proporciona prácticas en empresas para los estudiantes, orientación sociolaboral y puestos de trabajo para los titulados. Más de 1.100 convenios con empresas. Organiza anualmente un Foro de Empleo.

PRÁCTICAS

Existen 52,5 créditos prácticos, con la posibilidad de otorgar 15 créditos de libre configuración por prácticas en empresas, instituciones públicas o privadas, etc. (además de por trabajos dirigidos y por estudios realizados en el marco de convenios internacionales –véase plan de estudios). Se constituirá para su evaluación una Comisión de Evaluación de Trabajos Especiales en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Los procedimientos de selección para el ingreso en los centros universitarios de los estudiantes están regulados en el R.D. 704/1999, de 30 de abril (B.O.E. de 1 de mayo de 1.999). Los estudiantes que hayan finalizado el Curso de Orientación Universitaria, Bachillerato Experimental o segundo curso del Bachillerato establecido por la L.O.G.S.E. podrán continuar en la Universidad su formación intelectual y profesional, siempre y cuando superen las pruebas de acceso a la misma. Los estudiantes procedentes del C.O.U. y Bachillerato Experimental podrán acceder directamente a las enseñanzas que conducen exclusi-

vamente a la obtención de títulos de sólo primer ciclo (Diplomado, Arquitecto o Ingeniero Técnico). Los alumnos que hayan superado los Ciclos Formativos de Grado Superior, Módulos de nivel 3, o Formación Profesional de 2º grado, tendrán acceso a cursar estudios universitarios relacionados con las enseñanzas que han cursado.

En este caso, al tratarse de una Licenciatura de Segundo Ciclo, podrán acceder a la misma quienes hayan superado una de las siguientes titulaciones. Diplomados en: Ciencias Empresariales y en Estadística. Licenciado en: Administración y Dirección de Empresas, Ciencias Políticas y de la Administración, Derecho, Economía, Psicología, Publicidad y Relaciones Públicas, Sociología. Ingeniero Técnico: Aeronáutico, en Informática de Gestión, en Informática de Sistemas, en Topografía, Forestal. Ingeniero Superior: Agrónomo, Caminos, Canales y Puertos, Minas, Montes, Telecomunicación, Informática, Industrial, Naval y Oceánico, Químico.

La Orden de 11 de septiembre de 1991 del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes fija los complementos de formación a cursar en cada caso.

SALIDAS PROFESIONALES

Las salidas profesionales de los Licenciados en Investigación y Técnicas de Mercado abarcan una amplia variedad de posibilidades, entre ellas cabe destacar seis grandes áreas de actividad:

- Gestión Comercial (diseño y gestión de fuerza de ventas, dirección de equipos, etc.).
- Investigación de Mercados (estudios e informes sectoriales, segmentación de mercados, estudios de productos, marcas y empresas, análisis de mercados internacionales, etc.).
- Dirección de Marketing (comercio internacional, comunicación comercial, marketing directo, comercio electrónico, dirección de producto, diseño de canales de distribución, etc.).
- Consultoría Empresarial (asesoramiento a instituciones públicas, privadas, ONG's, etc.).
- Planificación (dirección de proyectos, determinación de previsiones, programación, objetivos, etc.).
- Dirección General (análisis estratégico del mercado, búsqueda de nuevos mercados, definición de objetivos estratégicos, etc.).