



**INFORME DEL CONSEJO DE UNIVERSIDADES SOBRE LA  
CORRESPONDENCIA AL NIVEL 3 DEL MECES DEL LICENCIADO EN  
INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO SEGÚN RD 967/2014 de 21 de  
noviembre**

<b>Denominación del Título objeto de correspondencia</b>	<b>Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado</b>
<b>Legislación reguladora</b>	<b>Real Decreto 1427/1990, de 26 de octubre</b>

**ANTECEDENTES Y NORMATIVA DE APLICACIÓN AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN INVESTIGACIÓN Y TÉCNICAS DE MERCADO.**

- Estudios vinculados a la creación en España de las Facultades en el ámbito de la Economía y la Empresa
- De 1943 hasta 1953 primera y única Facultad de Economía, la Facultad de Ciencias Políticas y Económicas de la Universidad de Madrid. con dos secciones: sección de Ciencias Políticas y sección de Economía. La sección de Economía dedicaba en su plan de estudios de 1944 algunas asignaturas relacionadas al estudio de la empresa: una anual de contabilidad general y dos cuatrimestrales optativas de economía de la empresa y análisis de balances
- Ley de 1953 Ordenación de las Enseñanzas de Económicas y Comerciales:
  - ✓ Doble especialización en los estudios de Economía: Economía de la Empresa y Economía General
  - ✓ La universidad cambia su denominación a Facultad de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales, con dos secciones: Sección de Políticas y Sección de Económicas y Comerciales: 5 años. Las enseñanzas de empresa tenían presencia en una asignatura de cuarto curso (economía de la empresa) y en una especialidad de quinto curso con dos asignaturas de contabilidad y una de política económica de la empresa
  - ✓ Dos nuevas Facultades de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales, con la sección de económicas y la sección de comerciales, en los distritos universitarios de Barcelona y de Valladolid (sede en Bilbao).
- En la década de los 60 se crean nuevas facultades en todo el país.
- La Ley General 14/1970 señalaba tres ciclos de enseñanza en las Facultades y Escuelas Técnicas Superiores y reconocía la autonomía de las universidades para la elaboración de los planes de estudio.
- Por Decreto 2843 del 17 de septiembre de 1971 se desdobra la Facultad de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales de la UCM en dos Facultades: Facultad de Ciencias Políticas y Facultad de Ciencias Económicas y Comerciales. . Las otras siete Facultades de Ciencias Políticas, Económicas y Comerciales pasan a denominarse Facultades de Ciencias Económicas y Comerciales
- La LRU y el RD 1497/1987 define los planes:
  - ✓ 1 ciclo de enseñanzas básicas y de formación general así como las orientadas a la preparación para el ejercicio de actividades profesionales (2 ó 3 años)
  - ✓ 2º ciclo de 2 años
  - ✓ Supone una duración de los estudios universitarios en un mínimo de 300 créditos y máximo de 450 créditos para las licenciaturas
- El RD 1427/1990 establece directrices propias del título y establece el título oficial.

*f*



### FORMACIÓN ADQUIRIDA

Para establecer si la formación científica, técnica y transversal otorgada por el título oficial de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado anterior al EEES se corresponde con el nivel 3 del MECES, se analiza:

- o Carga lectiva total y duración de los estudios
- o Competencias generales proporcionadas por las enseñanzas y competencias propias del nivel 3 del MECES.

#### Del título de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado

Para la obtención del título oficial Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado:

- El título debe proporcionar formación científica adecuada en los métodos y técnicas de investigación de mercados y de la mercadotecnia
- La carga lectiva en ningún caso será inferior a 300 créditos ni superior al máximo de créditos que para los estudios de primero y segundo ciclos permite el Real Decreto 1497/1987
- La carga lectiva oscilará entre veinte y treinta horas semanales, incluidas las enseñanzas prácticas. En ningún caso la carga lectiva de la enseñanza teórica superará las quince horas semanales.

#### Relación de materias troncales, descripción de contenidos y créditos

MATERIA	Nº CTOS.	CONTENIDOS
Economía Aplicada	8	Los agentes económicos. La empresa y sus áreas funcionales: producción, inversión, financiación y comercialización. Estructura empresarial española y su entorno.
Estadística Aplicada	4	Técnicas estadísticas aplicadas al mercado
Investigación de Mercado	8	Métodos y Técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercado. Tipología, segmentaciones, dinámica y prospectiva de mercado.
Mercadotecnia	16	Técnicas de decisión e influencia sobre el mercado. Elementos de publicidad. Análisis de la eficacia promocional.
Psico-sociología del consumo	4	El comportamiento colectivo y los fenómenos económicos. Significado e incidencias psicosociales del consumo. Comportamiento del consumidor y reacciones inducidas.

- o El modelo formativo obliga a desarrollar cada una de esas materias a través de programas docentes que no sólo aporten conocimientos, sino metodologías, destrezas en ciencias auxiliares o de carácter instrumental, así como el manejo de la tecnología
- o Duración de dos años, y una carga lectiva global que en ningún caso será inferior a 120 créditos.
- o El acceso a este 2ª ciclo (sin estadística oficial) proviene de Diplomados en Ciencias Empresariales (3 años), otros muchos provienen del primer ciclo de la Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales (3 años) y primer ciclo de títulos afines.



**Del título de Grado en Investigación y Técnicas de Mercado**

Dentro del marco legal del EESS, las competencias que recogen el RD 1027/2011 y el RD 1393/2007 para el nivel 3 del MECES, han sido adaptadas por la Comisión MECES de ANECA a la Rama de las Ciencias Sociales y Jurídicas

<b>Real Decreto 1393/2007</b>	<b>Descriptorios del MECES Real Decreto 1027/2011</b>	<b>Propuesta ANECA adaptada a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas</b>
	1. Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado, en un contexto de investigación científica y tecnológica o altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en uno o más campos de estudio.	a. Demostrar que se dominan conocimientos avanzados de carácter teórico, metodológico y práctico de su respectivo ámbito investigador o profesional de especialización en las ciencias sociales y jurídicas.
A. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	2. Saber aplicar e integrar sus conocimientos, la comprensión de estos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados.	b. Aplicar de forma creativa e innovadora conocimientos y técnicas adquiridos a la resolución de situaciones y problemas específicos, tanto de carácter investigador como profesional, en contextos sociales y jurídicos complejos y especializados.
B. Ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.	3. Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa de sus campos de estudio para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso.	c. Razonar, reflexionar y enjuiciar de manera crítica y ética las teorías y metodologías pertinentes y aplicarlas en situaciones de incertidumbre con información incompleta, para la propuesta de soluciones a casos del campo de estudio respectivo.
	4. Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e	d. Anticipar problemas y la posible evolución de situaciones complejas, aplicando los conocimientos y



	innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador, tecnológico o profesional concreto, en general multidisciplinar, en el que se desarrolle su actividad.	desarrollando nuevas metodologías en los campos laborales, profesionales o de investigación sociales o jurídicos respectivos, considerando una perspectiva multidisciplinar.
C. Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.	5. Saber transmitir de un modo claro y sin ambigüedades a un público especializado o no, resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada, así como los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan.	e. Comunicar eficazmente a todo tipos de audiencias, especializadas y generales, conocimientos profesionales y avances científico-técnicos, así como los fundamentos que puedan sustentarlos en el respectivo campo social o jurídico.
	6. Haber desarrollado la autonomía suficiente para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas dentro de su ámbito temático, en contextos interdisciplinares y, en su caso, con un alto componente de transferencia del conocimiento.	f. Participar en el diseño, desarrollo y/o evaluación de proyectos y/o programas de investigación, de intervención o de transferencia de conocimiento aplicables a contextos complejos de carácter social o jurídico.
D. Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	7. Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en uno o más campos de estudio.	g. Identificar sus propias necesidades formativas en su ámbito de especialización profesional, así como desarrollar autónomamente su aprendizaje en distintos contextos (formales y no formales) que favorezca su capacidad de emprendimiento.

#### Análisis de la correspondencia con el nivel 3 del MECES

Para establecer si la formación científica, técnica y transversal otorgada por el título oficial de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado anterior al EEES se corresponde con el nivel 3 del MECES, se han comparado las directrices generales de los planes de estudio de este título establecidas en el RD 1427/1990, con los requisitos formativos de los RD 1393/2007, 861/2010 y 1027/2011 .



<b>Materias troncales de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado (Real Decreto 1427/1990) y del Máster</b>		
<b>MATERIA LICENCIATURA Real Decreto 1427/1990</b>	<b>CONTENIDOS Real Decreto 1427/1990</b>	<b>MATERIA MÁSTER</b>
Economía Aplicada	Los Agentes Económicos. La empresa y sus áreas funcionales: producción, inversión, financiación y comercialización. Estructura empresarial española y su entorno.	Análisis Económico Aplicado, Marketing Estratégico, Entorno Empresarial
Estadística Aplicada	Técnicas estadísticas aplicadas al mercado	Previsión Ventas, Minería de Datos
Investigación de Mercado	Métodos y Técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercado. Tipología, segmentaciones, dinámica y prospectiva de mercado.	Técnicas de Investigación Comercial,
Mercadotecnia	Técnicas de decisión e influencia sobre el mercado. Elementos de publicidad. Análisis de la eficacia promocional.	Producto, Precio, Marca, Canales de Distribución, Logística
Psico-sociología del consumo	El comportamiento colectivo y los fenómenos económicos. Significado e incidencias psicosociales del consumo. Comportamiento del consumidor y reacciones inducidas.	Comportamiento del Consumidor, Comunicación Comercial

<b>Adquisición de competencias generales según el artículo 6.2 del Real Decreto 1024/2011 y Real Decreto 1427/1990</b>								
<b>Materias troncales</b>	<b>Nº CTOS.</b>	<b>G1 Ga</b>	<b>G2 Gb</b>	<b>G3 Gc</b>	<b>G4 Gd</b>	<b>G5 Ge</b>	<b>G6 Gf</b>	<b>G7 Gg</b>
Economía aplicada	8	x	x	x	x	x	x	X
Estadística Aplicada	4	x	x	x	x	x	x	X
Investigación de Mercado	8	x	x		x	x	x	X
Mercadotecnia	16	x	x	x	x	x	x	X
Psico-sociología del consumo	4	x	x	x	x	x	X	x

**EFFECTOS ACADÉMICOS: CORRESPONDENCIA ENTRE REQUISITOS DE ACCESO AL MÁSTER**

Por lo que se refiere a los efectos académicos de acceso al nivel de doctor, el título oficial de Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado está en plena correspondencia con los títulos del EEES del nivel 3 del MECES que cumplen con el requisito de acceso al Doctorado siempre que 60 de los créditos cursados en la titulación sean de nivel de Máster.



### INDICADORES EXTERNOS DE ÁMBITO INTERNACIONAL

- Según El libro blanco "Título de Grado en Economía y en Empresa" de la ANECA (2005), en las universidades de 9 países europeos analizados han aprobado reformas en sus estructuras de grados y se ha optado por un grado de Licenciatura (Bachelor) de 180 ECTS. En la mayoría, este grado se completa con un Master de 120 ECTS, aunque en algunas, por ejemplo las holandesas, el Master se ha fijado en 60 ECTS.
- En las universidades que no han adaptado sus grados dos escenarios:, las universidades inglesas que ofrecen grados de 3 años, pero no hacen ninguna referencia a los créditos ECTS. O la Universidad de Bonn, que ofrece un grado de 4 años, pero en la que tampoco hemos encontrado ningún indicio de adaptación al sistema ECTS..

El Consejo de Universidades, reunido el 11 de noviembre de 2015 para evaluar la correspondencia del título de **Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado** al nivel 3 del MECES, informa favorablemente de dicha correspondencia.

En Madrid, 11 de noviembre de 2015

El Secretario del Consejo de Universidades



Jorge Sanz González