

24950 RESOLUCIÓN de 20 de diciembre de 2001, de la Universidad Antonio de Nebrija, por la que se ordena la publicación de la modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.

Aprobada por la Universidad Antonio de Nebrija la modificación del Plan de Estudios conducente a la obtención del título oficial de Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y tras su homologación mediante Acuerdo de la Comisión Académica del Consejo de Universidades de fecha 29 de mayo de 2001, consistente en la ampliación del número de materias optativas. El Rector, conforme a lo establecido en el artículo 10.2 del Real Decreto 1497/1987, de 27 de noviembre, ha resuelto ordenar la publicación de la modificación de dicho plan de estudios publicado en la Resolución de 3 de septiembre de 1998 («Boletín Oficial del Estado» número 216, del 9).

En el plan de estudios al que se refiere la presente modificación se incluirán las materias optativas que figuran en el anexo.

Madrid, 20 de diciembre de 2001.—El Rector, Manuel A. Villa Cellino.

ANEXO

UNIVERSIDAD DE ANTONIO DE NEBRIJA

PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTES AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (1998)

R.D. 2305/1996 de 31 de octubre (B.O.E. nº 285 de 26 de noviembre de 1996). Resolución de 3 de septiembre de 1998 (B.O.E. nº 216 de 9 de septiembre de 1998)

3. MATERIAS OPTATIVAS

Denominación	CRÉDITOS			Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas del conocimiento
	Totales	Teóricos	Prácticas/ Clínicos		
Introducción a La Publicidad y Relaciones Públicas	6	3	3	Introducción teórica y práctica a la Publicidad y las Relaciones Públicas y a sus estructuras organizativas.	"Comunicación audiovisual y publicidad"
Sistemas de información en comunicación	5+1	3	3	Descripción y análisis de los procesos de comunicación y de las interrelaciones entre anunciantes, instituciones, empresas, soportes y receptores	"Comunicación audiovisual y publicidad". "Periodismo", "Psicología social" y "Sociología"
Marketing promocional	6	3	3	Análisis de las actividades de comunicación con el público objetivo, principalmente de las que contribuyen de manera creciente a la obtención de resultados por la posibilidad de medir la respuesta. Descripción de las técnicas que ayudan a la consecución de ventajas competitivas.	"Comercialización e investigación de mercados"

3. MATERIAS OPTATIVAS					Breve descripción del contenido	Vinculación a áreas del conocimiento
Denominación	CRÉDITOS			Prácticas/ Clínicos		
	Totales	Teóricos				
Marketing directo	6	4	2	2	Análisis de los instrumentos de promoción directa para segmentos específicos de mercado, elegidos generalmente a través de sistemas de bases de datos. Actividades de transferencia de información del vendedor al comprador a través de distintos medios personales e impersonales.	"Comercialización e investigación de mercados"
Sistemas de información para la gestión	6	4	2	2	Sistemas de información para la toma de decisiones. Organización de las contabilidades informatizadas para planificar y controlar la empresa por centros de beneficio y responsabilidad.	"Economía financiera y contabilidad" "Organización de empresas"
Auditoría	6	4	2	2	Conocimiento de las normas de decisión contable aplicables en la empresa y de las normas de auditoría aplicables por el auditor. Planificación y procedimientos de la actividad auditora para la elaboración del informe de auditoría. Legislación aplicable, con especial referencia a la normativa de la UE que tiene como base la 8ª directiva.	"Economía financiera y contabilidad" "Organización de empresas" "Derecho financiero y tributario" "Derecho mercantil"
Sistemas de información para dirección (MIS)	6	4	2	2	Estudios de los sistemas de información en la empresa como factor y fuente de ventajas competitivas. Diseño, puesta en práctica, evaluación y control de los flujos y procedimientos de obtención, almacenamiento y utilización de datos. Integración de los distintos sistemas de información como base para la toma de decisiones	"Organización de empresas" "Estadística e investigación operativa" "Comercialización e investigación de mercados"