



SECRETARÍA GENERAL
DE UNIVERSIDADES
CONSEJO DE UNIVERSIDADES

Universidad de Zaragoza
Registro General
Entrada Nº: GEN-007365
Fecha: 01/06/2010

Le comunico que, en su sesión del día 3 de mayo de 2010, la Comisión de Verificación de Planes de Estudios, designada por el Pleno del Consejo de Universidades, ha adoptado la siguiente Resolución:

"De conformidad con lo dispuesto en el artículo 25.7 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y una vez recibido el informe de evaluación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

Comprobada la denominación propuesta para el título de GRADUADO/A EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA y su adscripción a la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

Comprobado que el plan de estudios propuesto cuenta con el informe de evaluación favorable, que se adecúa a las previsiones del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, y que es coherente con la denominación del título propuesto.

Considerando que se cumplen las condiciones establecidas por la legislación vigente y de acuerdo con las atribuciones que ésta le confiere, el Consejo de Universidades, a través de la Comisión de Verificación de Planes de Estudio, en la sesión celebrada el día 3 de mayo de 2010, dicta la siguiente

RESOLUCIÓN

Se verifica positivamente la propuesta de título de GRADUADO/A EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA.

Comuníquese esta resolución de verificación positiva a la universidad, a la comunidad autónoma y al Ministerio de Educación."

Contra esta Resolución podrá interponerse reclamación ante la Presidencia del Consejo de Universidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 25.9 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

En Madrid, a 25 de mayo de 2010

EL DIRECTOR GENERAL DE
POLÍTICA UNIVERSITARIA



Juan José Moreno Navarro