



10 Calendario de implantación

10.1 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.