

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**3183** *Resolución de 2 de marzo de 2017, de la Universidad de Granada, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 7 de octubre de 2016 (publicado en el «BOE» de 26 de octubre de 2016 por resolución de la Secretaría General de Universidades de 14 de octubre de 2016).

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing por la Universidad de Granada, que quedará estructurado según consta en el anexo de esta Resolución.

Granada, 2 de marzo de 2017.–La Rectora, Pilar Aranda Ramírez.

## ANEXO

*Cuadro 1: Resumen de materias y distribución de créditos ECTS del Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing*

Tipo de Materia	Créditos ECTS
Obligatorias .....	24
Optativas .....	24
Prácticas externas .....	–
Trabajo Fin de Máster .....	12
Total .....	60

*Cuadro 2: Módulos y Materias del Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing*

Módulo	Materia	ECTS	Carácter
Módulo I. Comunicación integrada en el entorno 3.0.	Marketing y comunicación en el mundo digital.	4	Obligatorio.
	Marketing Cross-cultural.	4	Optativo.
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.	4	Obligatorio.
	El comercio electrónico.	4	Optativo.
	Comportamiento del consumidor e innovación tecnológica.	4	Optativo.
	Dispositivos inteligentes y marketing.	4	Optativo.
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información.	4	Optativo.
Módulo II. Tecnologías y herramientas para el análisis del mercado y estrategias comerciales.	Herramientas para la investigación comercial.	6	Obligatorio.
	Redes sociales y comerciales. Una aproximación a las tecnologías para su implementación y análisis.	4	Obligatorio.
	Sistemas basados en SOA para la investigación de mercados.	4	Optativo.
	Sistema basado en la nube y tecnologías móviles para empresa.	4	Optativo.
Módulo III. Competencias para la preparación del TFM.	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.	4	Optativo.
	Competencias para la preparación del trabajo de fin de máster.	6	Obligatorio.
Módulo IV. Prácticas externas.	Prácticas externas.	6	Optativo.
Trabajo fin de Máster.	Trabajo fin de máster.	12	Obligatorio.