

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**10770** *Resolución de 31 de mayo de 2010, de la Universidad Europea de Madrid, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing y Comunicación.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 22 de enero de 2010, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Máster y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (publicado en el «BOE» de 26 de febrero de 2010, por Resolución de 9 de febrero de 2010, de la Secretaría General de Universidades),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing y Comunicación.

Villaviciosa de Odón, 31 de mayo de 2010.–La Rectora, Águeda Benito Capa.

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias . . . . .	48
Optativas . . . . .	0
Prácticas externas . . . . .	6
Trabajo fin de Máster . . . . .	6
<b>Total . . . . .</b>	<b>60</b>

Módulo	Cr. ECTS	Carácter	Semestre
Estrategia empresarial . . . . .	6	OB	1 y 2
Dirección general . . . . .	6	OB	1 y 2
Dirección de Marketing . . . . .	6	OB	1 y 2
Dimensión operativa del marketing I . . . . .	6	OB	1 y 2
Dimensión operativa del marketing II . . . . .	6	OB	1 y 2
Dimensión operativa del marketing III . . . . .	6	OB	1 y 2
Comunicación Integral I . . . . .	6	OB	1 y 2
Comunicación Integral II . . . . .	6	OB	1 y 2
Prácticas profesionales . . . . .	6	OB	1 y 2
Proyecto fin de máster . . . . .	6	OB	1 y 2