

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

8131 *Resolución de 26 de julio de 2016, de la Universidad de Extremadura, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Dirección de Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Extremadura, y establecido el carácter oficial del Título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de junio de 2016 (publicado en el BOE de 6 de julio de 2016).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección de Marketing, que quedará estructurado según consta en el Anexo de esta resolución.

Cáceres, 26 de julio de 2016.–El Rector, Segundo Píriz Durán.

ANEXO

**Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Dirección de Marketing
(Rama Ciencias Sociales y Jurídicas)**

5.1 Estructura de las enseñanzas

Tabla 1. Distribución del plan de estudios en ECTS por tipo de materia

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias	42
Optativas	12
Trabajo fin de máster.	6
Total.	60

Tabla 2.1 Estructura modular del plan de estudios

Módulo	Materia	Asignatura	ECTS	Carácter
Común.	Análisis Estratégico del Entorno.	Análisis Estratégico del Entorno.	6	Obligatorio.
	Investigación de Mercados.	Investigación de Mercados.	6	Obligatorio.
	Dirección de Producto y Marca.	Dirección de Producto y Marca.	6	Obligatorio.
	Dirección de Comunicación Comercial.	Dirección de Comunicación Comercial.	6	Obligatorio.
	Dirección de Distribución y Precio.	Dirección de Distribución y Precio.	6	Obligatorio.
	Dirección Estratégica de Marketing.	Dirección Estratégica de Marketing.	6	Obligatorio.
	Técnicas y Aplicaciones de Investigación de Mercados.	Técnicas y Aplicaciones de Investigación de Mercados.	6	Obligatorio.
Específico.	Comunicación.	Comunicación Corporativa.	6	Optativo.
		Publicidad y Planificación de Medios.	6	Optativo.
	Aplicaciones de Marketing.	Marketing Sectorial.	6	Optativo.
		Responsabilidad Social y Marketing No Lucrativo.	6	Optativo.
	Comercio y Ventas.	Comercio y Marketing Online.	6	Optativo.
Dirección de Ventas y Gestión del Punto de Venta.		6	Optativo.	
Final.	Trabajo fin de Máster.	Trabajo fin de Máster.	6	Trabajo fin de máster.

Tabla 2.2 Especialidades del Máster

Especialidad	Asignatura
Especialidad en Comunicación.	Comunicación Corporativa.
	Publicidad y Planificación de Medios.
Especialidad en Aplicaciones de Marketing.	Marketing Sectorial.
	Responsabilidad Social y Marketing No Lucrativo.
Especialidad en Comercio y Ventas.	Comercio y Marketing Online.
	Dirección de Ventas y Gestión del Punto de Venta.

Tabla 3. Secuenciación del plan de estudios

Semestre 1.º	Análisis Estratégico del Entorno. Investigación de Mercados. Dirección de Producto y Marca. Dirección de Comunicación Comercial. Dirección de Distribución y Precio.
Semestre 2.º	Dirección Estratégica de Marketing. Técnicas y Aplicaciones de Investigación de Mercados. Optativa 1. Optativa 2. Trabajo fin de Máster.