

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**13107** *Resolución de 12 de septiembre de 2018, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Dirección de Marketing Estratégico.*

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, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 3 de agosto de 2018 (publicado en el BOE de 7 de septiembre de 2018, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 29 de agosto de 2018),

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, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster universitario en Dirección de Marketing Estratégico por la Universidad Internacional de La Rioja.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño, 12 de septiembre de 2018.—El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

## ANEXO

**Plan de estudios conducente al título de Máster universitario en Dirección de Marketing Estratégico por la Universidad Internacional de La Rioja**

*Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas*

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

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias . . . . .	42
Optativas . . . . .	0
Prácticas externas . . . . .	6
Trabajo Fin de Máster . . . . .	12
<b>Total . . . . .</b>	<b>60</b>

2. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Información y decisiones estratégicas en marketing. (18 ECTS).	Dirección Estratégica de Marketing.	6	OB
	Sistema de Información e Investigación en Marketing.	6	OB
	Habilidades Estratégicas y Directivas en Marketing.	6	OB
Diseño de la propuesta de valor. (12 ECTS).	Dirección de Comunicación Integrada de Marketing.	6	OB
	Decisiones de Precios y Control de Gestión Comercial.	6	OB
Dirección de producto. (12 ECTS).	Innovación en la Dirección de Producto y Marca.	6	OB
	Dirección de Producto y Colaboración en el Canal.	6	OB
Prácticas externas. (6 ECTS).	Prácticas Externas.	6	PE
Trabajo Fin de Máster. (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM