

## III. OTRAS DISPOSICIONES

## UNIVERSIDADES

**6084** *Resolución de 1 de abril de 2019, de la Universidad San Pablo-CEU, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Trade Marketing y Comercio Electrónico.*

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 de Madrid, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de enero de 2014 (publicado en el «BOE» núm. 33, de 7 de febrero),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 35.4 de 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 Trade Marketing y Comercio Electrónico.

Este plan queda estructurado según consta en el anexo de esta Resolución.

Madrid, 1 de abril de 2019.–El Rector, Antonio Calvo Bernardino.

## ANEXO

**Plan de estudios del título de Máster Universitario en Trade Marketing y Comercio Electrónico por la Universidad San Pablo-CEU**

*Planificación de las enseñanzas*

Resumen del plan de estudios y su distribución en créditos

Tipo de materia	ECTS
Obligatorias.	48
Prácticas externas.	6
Trabajo fin de máster.	6
Total.	60

Distribución general del plan de estudios

Materia	ECTS	Carácter	Organización temporal
Distribución Comercial Avanzada y Distribución en E-Commerce.	12	Obligatoria.	Semestral.
Trade Marketing y Shopper Marketing.	12	Obligatoria.	Semestral.
Estrategias de Comunicación: Creatividad en el Punto de Venta Físico y Digital.	12	Obligatoria.	Semestral.
Marketing OnLine.	12	Obligatoria.	Semestral.
Trabajo Fin de Máster.	6	Trabajo fin de máster.	Anual.
Prácticas en Empresa.	6	Prácticas externas.	Semestral.