

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

5640 *Resolución de 16 de marzo de 2021, de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster en Marketing y Comercio Internacional.*

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

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados y una vez recibido el informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación de fecha 5 de marzo de 2019 a las modificaciones presentadas del plan de estudios de Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Las Palmas de Gran Canaria, 16 de marzo de 2021.–El Rector, Lluís Serra Majem.

ANEXO I**Plan de Estudios conducente al Título: Máster Universitario en Marketing y Comercio Internacional**

1. Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Carácter académico e investigador.
3. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de asignatura y especialidades:

Tipo de asignatura	ECTS
Obligatorias.	36
Optativas.	12
Prácticas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	6
Créditos totales.	60

Especialidades	ECTS
Especialidad en Marketing.	12
Especialidad en Comercio Internacional.	12

4. Contenido del plan de estudios:

Curso	Semestre	Módulo	Asignatura	Carácter	ECTS
1	Primero.	Fundamental.	Comercio Exterior.	Obligatoria.	6
1	Primero.		Comportamiento del Consumidor y Neuromarketing.	Obligatoria.	3
1	Primero.		Entorno Jurídico del Marketing y Comercio Internacional.	Obligatoria.	3
1	Primero.		Marketing Digital.	Obligatoria.	3
1	Primero.		Marketing Internacional.	Obligatoria.	6
1	Primero.		Técnicas de Investigación de Mercados.	Obligatoria.	6
1	Segundo.		Comunicación Comercial y Dirección de Ventas.	Obligatoria.	6
1	Segundo.		Trade Marketing y Logística Integral.	Obligatoria.	3
1	Primero.	Especialidad en Marketing.	Responsabilidad Social Corporativa y Marketing Social.	Optativa.	3
1	Segundo.		Régimen Jurídico de la Contratación Nacional e Internacional.	Optativa.	3
1	Segundo.		Simulación y Toma de Decisiones en Marketing.	Optativa.	3
1	Segundo.		Tendencias Digitales en Marketing.	Optativa.	3
1	Segundo.		Prácticas Externas.	Obligatoria.	6
1	Primero.	Especialidad en Comercio Internacional.	Innovación y Emprendimiento para la Internacionalización Empresarial.	Optativa.	3
1	Segundo.		Gestión del Comercio Internacional de la Empresa.	Optativa.	3
1	Segundo.		Instrumentos de Apoyo a la Internacionalización de las Empresas.	Optativa.	3
1	Segundo.		Régimen Jurídico de la Contratación Nacional e Internacional.	Optativa.	3
1	Segundo.		Prácticas Externas.	Obligatoria.	6
1	Segundo.	Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	Obligatoria.	6

5. Observaciones:

1. La información detallada se encuentra en el BOULPGC y en la página web de la universidad: <http://www.ulpgc.es/>

2. Como requisito de admisión el estudiante ha de acreditar el equivalente al nivel B1 en lengua inglesa del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.