

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

2459 *Resolución de 12 de enero de 2023, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el cambio de la denominación del título de Máster Universitario en Dirección de Marketing Estratégico por el de Máster Universitario en Dirección de Marketing y el plan de estudios actualizado.*

Una vez recibido informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación a la modificación del plan de estudios ya verificado, por no afectar ésta a la naturaleza ni a los objetivos del título inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos,

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 27 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, ha resuelto publicar el cambio de denominación y la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Dirección de Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja.

El Máster Universitario en Dirección de Marketing Estratégico pasa a denominarse Máster Universitario en Dirección de Marketing.

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

Logroño, 12 de enero de 2023.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

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

- Distribución del Plan de Estudios en Créditos ECTS, por tipo de materia.

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias.	42
Optativas.	0
Prácticas Académicas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	12
Total.	60

- 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
	Marketing Digital.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Diseño de la Propuesta de Valor. (12 ECTS).	Dirección de Comunicación Integrada de Marketing.	6	OB
	Innovación en la Dirección de Producto y Marca.	6	OB
Dirección de Comercial. (12 ECTS).	Plan de Marketing y Control de Gestión Comercial.	6	OB
	Dirección Comercial y Colaboración con el Canal.	6	OB
Prácticas Académicas Externas. (6 ECTS).	Prácticas Académicas Externas.	6	PAE
Trabajo Fin de Máster. (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM