

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3099 *Resolución de 4 de marzo de 2015, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico.*

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 26 de septiembre de 2014 (publicado en el «BOE» de 18 de octubre de 2014, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, de 2 de octubre de 2014), 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 Marketing Digital y Comercio Electrónico 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, 4 de marzo de 2015.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico 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
Obligatorias	46
Optativas	0
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Máster	8
Total	60

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

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Materia 1 Marketing Digital (24 ECTS)	Dirección Estratégica Corporativa	6	OB
	Plan de Marketing Global y Marketing Especializado	6	OB
	Marketing Digital	6	OB
	Social Media Marketing	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Materia 2 Comercio Electrónico (22 ECTS)	Tecnología y Negocios en la Red	6	OB
	Inteligencia de Negocio aplicada al Comercio Electrónico	6	OB
	Gestión del Ebusiness	6	OB
	Nuevos Modelos de Negocio, Mobile Business y Emprendimiento	4	OB
Materia 3 Prácticas Externas (6 ETCS)	Prácticas Externas	6	PE
Materia 4 Trabajo Fin de Máster (8 ETCS)	Trabajo Fin de Máster	8	TFM