

III.Otras disposiciones y actos

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Resolución de 30 de agosto de 2022, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente

202211300095566

III.4253

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 11 de julio de 2022 (publicado en el «BOE» de 20 de julio de 2022, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 13 de junio de 2022), 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 Innovación en la Experiencia del Cliente 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 a 30 de agosto de 2022.- El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Innovación en la Experiencia del Cliente por la Universidad Internacional de La Rioja

1. Distribución del Plan de Estudios en Créditos ECTS, por Tipo de Materia.

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

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

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Innovación y Experiencia de Cliente en el Contexto Actual (12 ECTS)	Innovación y Experiencia de Cliente en el Contexto Actual	6	OB
	Innovación Aplicada a la Experiencia de Cliente	6	OB
Empresa, Innovación y Gestión de la Experiencia de Cliente (18 ECTS)	Innovación y Experiencia de Cliente como Ventajas Competitivas	6	OB
	Liderazgo para el Impulso de la Cultura de la Innovación y Experiencia de Cliente en la Empresa	6	OB
	Tecnologías Innovadoras para la Medición de la Estrategia de Experiencia de Cliente (" <i>Customer analytics</i> ")	6	OB
Diseño de una Estrategia de Experiencia de Cliente Innovadora (12 ECTS)	Análisis e Investigación del Consumidor: Antropología Empresarial	6	OB
	Herramientas y Métodos para la Implantación de Experiencias Innovadoras	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS)	Prácticas Externas	6	PE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)	Trabajo Fin de Máster	12	TFM