

### III.Otras disposiciones y actos

#### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

*Resolución de 26 de enero de 2021, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Inteligencia de Marketing*

202102220082646

III.636

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 12 de enero de 2021 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 22 de enero de 2021, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 14 de enero de 2021), 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 Inteligencia de Marketing 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 26 de enero de 2021.- El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

## ANEXO

**Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Inteligencia de Marketing 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.

<i>Tipo de materia</i>	<i>Créditos</i>
Obligatorias .....	42
Prácticas Externas .....	6
Trabajo Fin de Máster.....	12
<b>Total.....</b>	<b>60</b>

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

<i>Módulos</i>	<i>Materias</i>	<i>Asignaturas</i>	<i>Créditos</i>	<i>Carácter</i>
Planificación (12 ECTS)	Marketing Basado en Datos (12 ECTS)	Sistema de Inteligencia de Marketing: Datos y Tecnología	6	OB
		Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de los Datos	6	OB
Análisis (12 ECTS)	La Analítica en la Toma de Decisiones (12 ECTS)	Estadística para la Modelización del Marketing Mix	6	OB
		Analítica Digital de Marketing	6	OB
Ejecución (18 ECTS)	Analítica Avanzada (18 ECTS)	Analítica Avanzada de Clientes	6	OB
		Análisis de Datos Masivos	6	OB
		Visualización Avanzada de Datos	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS)	Prácticas Externas (6 ECTS)	Prácticas Externas	6	PE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)	Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)	Trabajo Fin de Máster	12	TFM