

III.Otras disposiciones y actos

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Resolución de 17 de septiembre de 2021, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing Farmacéutico

202110260087727

III.3786

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 30 de agosto de 2021 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 13 de septiembre de 2021, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 24 de agosto 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 Marketing Farmacéutico 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 17 de septiembre de 2021.- El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Marketing Farmacéutico 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	42
Optativas	0
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Máster	12
TOTAL	60

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

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Sector Farmacéutico (6 ECTS)	Sector Farmacéutico, Estructura y Funciones en las Compañías Farmacéuticas	6	OB
Estrategias de Marketing Farmacéutico (24 ECTS)	Marketing Aplicado al Sector Farmacéutico	6	OB
	Gestión Estratégica y Marketing Especializado	6	OB
	Planificación Presupuestaria en el Marketing Farmacéutico	6	OB
	Plan de Marketing Farmacéutico	6	OB
Inteligencia de Marketing Farmacéutico (12 ECTS)	Herramientas y Análisis de Big Data para la Gestión de Marketing en el Sector Farmacéutico	6	OB
	Omnicanalidad en el Sector Salud	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS)	Prácticas Externas	6	PE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)	Trabajo Fin de Máster	12	TFM