

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

13090 *Resolución de 9 de noviembre de 2015, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia.*

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 25 de septiembre de 2015 (publicado en el «Boletín Oficial del Estado» de 21 de octubre de 2015, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 02 de octubre de 2015),

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 Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia 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, 9 de noviembre de 2015.—El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia 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	54
Optativas	0
Prácticas Externas	0
Trabajo Fin de Máster	6
Total	60

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

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Creatividad.	Creación y Experiencia de Marca en la Publicidad Integrada (PI).	6	OB
	Creatividad y Contenidos Transmedia en la Publicidad Integrada (PI).	6	OB
	Formatos y Mensajes Publicitarios Integrados en la Multiplataforma.	6	OB
Estrategia.	Estrategia Digital de la Publicidad Integrada (PI).	6	OB
	Estrategias y Análisis de las Métricas Publicitarias.	6	OB
	Publicidad en los Dispositivos Móviles.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Entorno Tecnológico, Industrial y de los Usuarios.	Entorno Tecnológico, Industrial y Economía.	6	OB
	Psicología y Comportamiento del Consumidor: Análisis de Perfiles y Tratamiento de Datos.	6	OB
	Regulación y Autorregulación en la Publicidad Integral (PI).	6	OB
Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFM