

### III.Otras disposiciones y actos

#### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

*Resolución de 18 de enero de 2022, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el cambio de la denominación del plan de título de Máster Universitario en Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia por el de Máster Universitario Publicidad Digital y el plan de estudios actualizado de dicho título*

202202010089768

III.472

Una vez recibido informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación a la modificación del plan de estudios ya verificado, por no afectar ésta a la naturaleza ni a los objetivos del título inscrito en el Registro de Universidades, Centros y Títulos, este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 26 y 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha resuelto publicar el cambio de denominación y la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Publicidad Digital por la Universidad Internacional de La Rioja.

El Máster Universitario en Publicidad Integrada: Creatividad y Estrategia pasa a denominarse Máster Universitario en Publicidad Digital.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño a 18 de enero de 2022.- El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

## ANEXO

## Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Publicidad Digital 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 Externas	6
Trabajo Fin de Máster	12
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>

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

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
<b>Estrategia (18 ECTS)</b>	Planificación Estratégica de la Publicidad Digital	6	OB
	Innovación en Publicidad: Identificando Insights	6	OB
	Planificación y Compra de Medios Digitales	6	OB
<b>Análisis de Datos (18 ECTS)</b>	Sistemas de Información en Marketing y Publicidad	6	OB
	Psicología y Comportamiento del Consumidor: Análisis de Perfiles y Tratamiento de Datos	6	OB
	Dirección de Publicidad	6	OB
<b>Creatividad (6 ECTS)</b>	Creatividad y Formatos Publicitarios al Servicio de la Experiencia de Marca	6	OB
<b>Prácticas Externas (6 ECTS)</b>	Prácticas Externas	6	PE
<b>Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)</b>	Trabajo Fin de Máster	12	TFM