

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

13088 *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 Neuromarketing.*

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 17 de abril de 2015 (publicado en el «BOE» de 7 de mayo de 2015, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 22 de abril 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 Neuromarketing 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 Neuromarketing 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	6
Prácticas Externas	0
Trabajo Fin de Máster	12
Total	60

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

Materias	Asignaturas	Créditos	Carácter
Neurociencias para Marketing. (12 ETCS)	Bases Científicas del Neuromarketing.	6	OB
	Técnicas de Neurociencia y Biometría para Neuromarketing.	6	OB
Fundamentos de Neuromarketing. (18 ETCS)	Neurociencias y Marketing.	6	OB
	Marketing Sensorial y Experiencial.	6	OB
	Neuromarketing Aplicado.	6	OB
Las Personas y el Neuromarketing. (12 ETCS)	El Consumidor y su Comportamiento.	6	OB
	Deontología Profesional en Neuromarketing.	6	OB
Optativas. (6 ETCS)	Neurociencias Aplicadas a la Empresa.	6	OP
	El Neuromarketing y las Nuevas Tecnologías.	6	OP
	Estadística Aplicada al Neuromarketing.	6	OP
	Prácticas Externas Optativas.	6	OP
Trabajo Fin de Máster. (12 ECTS)	Trabajo Fin de Máster	12	TFM