

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

16433 *Resolución de 20 de octubre de 2010, de la Universidad Pontificia Comillas, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing.*

De conformidad con lo que disponen el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, la disposición adicional sexta del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales y el apartado segundo del Acuerdo de Consejo de Ministros de 30 de julio de 2010 por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Máster de la Universidad Pontificia Comillas, y una vez acordada por el Consejo de Universidades, en su sesión del día 10 de marzo de 2010, la verificación positiva de la propuesta de título de Máster Universitario en Marketing por la Universidad Pontificia Comillas,

Este Rectorado ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios del Máster Universitario en Marketing como anexo a la presente Resolución.

Madrid, 20 de octubre de 2010.–El Rector de la Universidad Pontificia Comillas, José Ramón Busto Saiz.

ANEXO

Máster Universitario en Marketing

Cuadro 1. *Resumen de materias y distribución de créditos ECTS según tipo de materia*

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	33
Optativas	15
Prácticas	6
Trabajo fin de máster	6
Total	60

Cuadro 2. *Materias, desglose en asignaturas, créditos y distribución temporal del Máster Universitario en Marketing*

Materias	Créditos ECTS	Organización temporal	Carácter
Marketing Instrumental y Gestión Comercial			
Marketing operativo	5	Primer semestre.	Obligatoria.
Comunicación	5	Primer semestre.	Obligatoria.
Distribución comercial	4	Primer semestre.	Obligatoria.
Dirección de ventas	3	Segundo semestre.	Obligatoria.
Tendencias y estrategias en el retail	3	Segundo semestre.	Optativa.
Negociación y modelos de gestión comercial	3	Segundo semestre.	Optativa.
Trade marketing, ECR y Logística	3	Segundo semestre.	Optativa.
Planificación de Marketing			
Política de producto y precio	5	Primer semestre.	Obligatoria.
Gestión integral de marketing	2	Primer semestre.	Optativa.

Materias	Créditos ECTS	Organización temporal	Carácter
Marketing estratégico	4	Segundo semestre.	Obligatoria.
Gestión estratégica de la marca.	3	Segundo semestre.	Optativa.
La marca como fuente de innovación.	3	Segundo semestre.	Optativa.
Valor de marca y modelos de análisis	3	Segundo semestre.	Optativa.
Investigación de Mercados y Consumidor			
Investigación de mercados.	5	Primer semestre.	Obligatoria.
Fundamentos del comportamiento del consumidor	3	Segundo semestre.	Optativa.
Análisis del consumidor y marketing	3	Segundo semestre.	Optativa.
El consumidor y su entorno	3	Segundo semestre.	Optativa.
Marketing Sectorial			
Marketing de servicios	2	Primer semestre.	Optativa.
Marketing industrial	2	Primer semestre.	Optativa.
Marketing público y no lucrativo.	2	Primer semestre.	Optativa.
Herramientas Profesionales y Ética			
Introducción al análisis de la información financiera	2	Primer semestre.	Optativa.
Habilidades directivas.	2	Primer semestre.	Optativa.
Herramientas informáticas para el análisis de datos	2	Primer semestre.	Optativa.
Ética del marketing y responsabilidad social corporativa	2	Segundo semestre.	Obligatoria.
Prácticas en Empresas.	6	Segundo semestre.	Obligatoria.
Trabajo fin de Máster	6	Segundo semestre.	Obligatoria.