

**III. OTRAS DISPOSICIONES****UNIVERSIDADES**

**8135** *Resolución de 9 de julio de 2013, de la Universidad Carlos III, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, autorizada su implantación por la Comunidad de Madrid y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 8 de marzo de 2013 (publicado en el BOE de 23 de abril de 2013),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing por la Universidad Carlos III de Madrid que queda estructurado según consta en el Anexo de la presente Resolución.

Getafe, 9 de julio de 2013.– El Rector, Daniel Peña Sánchez de Rivera.

**ANEXO**

**PLAN DE ESTUDIOS CONDUCENTE A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POR LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID**

**Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010. Anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas**

*Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas*

Código RUCT: 4313138

Distribución general del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Tipo de Materia	Créditos ECTS
Obligatorias .....	33
Optativas .....	21
Trabajo Fin de Máster .....	6
<b>Total créditos .....</b>	<b>60</b>

**Estructura del plan de estudios por asignaturas**

Asignaturas	Carácter	ECTS
Marketing Estratégico/Strategic Marketing.	O	3
Métodos Cualitativos y Análisis de Encuestas/Qualitative Methods and Survey Analysis.	O	3
Análisis de Datos en Marketing/Data Analysis in Marketing.	O	3
Economía para la Empresa/Economics for Business.	O	3
Comportamiento del Consumidor/Consumer Behaviour.	O	3
Dirección de Marketing/Marketing Management.	O	3

Asignaturas	Carácter	ECTS
Gestión de Canales de Distribución/Retail and Channel Management.	O	6
Análisis del Mercado e Investigación Experimental/Market Analysis and Experimental Research.	O	3
Gestión de Producto y Marca/Product and Brand Management.	O	3
Comunicación y Publicidad/Communication and Advertising.	O	3
Control y Plan de Marketing/Marketing Plan and Control.	O	3
Investigación de Mercados Empírica/Empirical Market Research.	OP	3
Sistemas de Apoyo a la Toma de Decisiones en Marketing/Marketing Decision Support Systems.	OP	3
Desarrollo de Nuevos Productos/New Product Development.	OP	3
Gestión de Precios/Pricing.	OP	3
Modelos de Respuesta de Ventas/Sales Response Models.	OP	3
Análisis Multivariante de Datos/Multivariate Data Analysis.	OP	3
Comercio y Marketing Internacional/International Marketing and Trade.	OP	3
Marketing de Servicios/Services Marketing.	OP	3
Estrategia Corporativa/Corporate Strategy.	OP	3
Gestión de la Fuerza de Ventas y Ejecutivo de Venta/Sales Force and Key Account Management.	OP	3
Habilidades Empresariales y Liderazgo/Management Skills and Leaderships.	OP	3
Marketing Financiero/Financial Marketing.	OP	3
Marketing Turístico/Tourism Marketing.	OP	3
Marketing Digital/Digital Marketing.	OP	3
Temas Avanzados en Marketing/Advanced Topics in Marketing.	OP	3
Prácticas en empresas/Internships.	OP	6
Trabajo Fin de Máster/Master's Thesis.	TFM	6

O: Obligatoria, OP: Optativa, TFM: Trabajo Fin de Máster.