

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

13264 *Resolución de 23 de noviembre de 2013, de la Universidad Loyola Andalucía, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Dirección de Marketing.*

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, y declarado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 20 de septiembre de 2013 (publicado, por Resolución del Secretario de Estado de Universidades de 24 de octubre de 2013 en el «BOE» de 15 de noviembre de 2013),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Dirección de Marketing.

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

Sevilla, 23 de noviembre de 2013.–El Rector, Gabriel María Pérez Alcalá.

ANEXO**UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCÍA****Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Dirección de Marketing**

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Real Decreto 1393/2007, Anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas

Anexo I

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

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias	48
Optativas	–
Prácticas externas	6
Trabajo Fin de Máster	6
Créditos totales	60

Anexo II

Organización del plan de estudios por módulos, materias y asignaturas:

Módulos	Materias	Asignaturas	ECTS	Carácter
Conocimiento.	Dirección y Gestión de Marketing.	Fundamentos de Marketing.	2	OB
		Planificación y Control de Marketing.	4	OB
		Branding.	2	OB
		Comunicación Integrada de Marketing.	2	OB
		Logística y Distribución.	2	OB
	Psicosociología del Consumo.	Comportamiento del Consumidor.	4	OB
	Investigación de Mercados.	Metodología de la Investigación Comercial.	4	OB
		Técnicas para el Análisis de Datos.	4	OB
	Ventas.	Dirección de Ventas.	2	OB
		Marketing Digital Integral.	2	OB
	Marketing no empresarial.	Marketing Social.	2	OB
		Marketing Público y Electoral.	2	OB
Habilidades.	Desarrollo personal y habilidades sociales.	Negociación.	2	OB
		Cómo hablar en público y ante los medios de comunicación.	2	OB
		Técnicas eficaces de presentación y de comunicación escrita.	2	OB
		Creatividad.	2	OB
		Redes sociales.	2	OB
Valores.	Ética de las profesiones.	Ética y responsabilidad social en Marketing.	4	OB
		Análisis de la realidad.	2	OB
Inserción Laboral.	Prácticas.	Prácticas.	6	PRE
	Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	6	TFG