

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

9937 *Resolución de 17 de octubre de 2016, de la Universidad de Cantabria, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas).*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados y una vez recibida la comunicación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación –ANECA–, aceptando la modificación presentada del plan de estudios correspondiente a las enseñanzas del Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria, título oficial establecido por Acuerdo del Consejo de Ministros de 22 de enero de 2010 (publicado en el BOE de 26 de febrero de 2010).

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en 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, resuelve:

Publicar la modificación del plan de estudios del título del Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria que fue publicado mediante Resolución Rectoral del 26 de abril de 2013 de la Universidad de Cantabria, «Boletín Oficial de Cantabria» de 7 de mayo de 2013 y «Boletín Oficial del Estado» del 22 de mayo de 2013, en los términos que constan en el anexo a la presente resolución.

Santander, 17 de octubre de 2016.– El Rector, Ángel Pazos Carro.

ANEXO**Plan de estudios conducente a la obtención del Título de Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria**

Centro Responsable: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

Tipo de materia	ECTS
Obligatorios	37,5
Optativos	12,5
Prácticas Externas	4
Trabajo Fin de Máster	6
Créditos totales	60

2. Estructura del Plan de Estudios

Módulos	ECTS	Carácter
Asignaturas Obligatorias de Marketing.	37,5	Obligatorio.
Asignaturas Orientación Investigadora. Bloque Metodológico.	10	Optativo.
Asignaturas Orientación Investigadora. Líneas de Investigación.	25	Optativo.
Asignaturas Orientación Profesional.	25	Optativo.

Módulos	ECTS	Carácter
Prácticas.	4	Obligatorio.
Trabajo Fin de Máster.	6	Obligatorio.

Los estudiantes pueden obtener la siguiente especialidad cursando 12,5 créditos optativos:

Especialidad en Empresas Turísticas.

Más información sobre el plan de estudios en <http://web.unican.es> en el apartado «Estudios».