

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

- 54** *Resolución de 12 de diciembre de 2016, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Investigación de Mercados.*

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 7 de octubre de 2016 (publicado en el «BOE» de 26 de octubre de 2016, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 14 de octubre de 2016), 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 Investigación de Mercados 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, 12 de diciembre de 2016.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO**Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Investigación de Mercados 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
Diseños y Aplicaciones (24 ECTS).	Investigación Cualitativa.	6	OB
	Investigación Cuantitativa.	6	OB
	Diseños Experimentales.	6	OB
	Aportaciones Multidisciplinares a la Investigación de Mercados.	6	OB
Particularidades de la Investigación (18 ECTS).	Nuevos ámbitos de aplicación de la Investigación de Mercados.	6	OB
	Herramientas de Análisis Cuantitativo.	6	OB
	Ética, Deontología y Aspectos Legales en la Investigación.	6	OB
Optativas (6 ECTS a elegir entre los 12 ECTS ofertados).	Presentación y Visualización de Datos.	6	OP
	Prácticas Externas.	6	OP
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM