

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**3071** *Resolución de 11 de febrero de 2020, de la Universidad Pompeu Fabra, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing/Msc. in Marketing.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe favorable de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, autorizada su implantación por la Comunidad Autónoma de Cataluña, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 7 de octubre de 2016, publicado en el BOE del 26, por Resolución de la Secretaría General de Universidades, del 14.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007 y como Rector de la Universitat Pompeu Fabra, resuelvo

Primero.

Disponer la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing/Msc. in Marketing como anexo a la presente resolución.

Segundo.

El plan de estudios completo y actualizado se podrá consultar en las memorias para la solicitud de verificación de títulos oficiales que se publican en la Sede Electrónica de la Universitat Pompeu Fabra (<https://seuelectronica.upf.edu/>).

Barcelona, 11 de febrero de 2020.–El Rector, Jaume Casals Pons.

#### ANEXO

##### **Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Marketing/Msc. in Marketing**

Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio. Anexo I, apartado 5.1. Estructura de las enseñanzas.

1. Distribución en créditos ECTS de las materias que constituyen el plan de estudios.

Carácter	Créditos
Obligatorias.	30
Optativas.	16
Prácticas externas.	8
Trabajo Fin de Máster.	6
Total.	60

2. Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas.

## 3. Créditos de Formación Obligatoria. Distribución en asignaturas.

Asignatura	Carácter	Créditos
Técnicas cuantitativas y finanzas aplicadas al Marketing/ Quantitative and Financial techniques applied to Marketing.	OB	3
Investigación de Mercados: Generación de Consumer Insights/Market Research: Generating Consumer Insights.	OB	4
Identificación de Oportunidades de Mercado/Identification of Market Opportunities.	OB	4
Análisis de Problemas de Marketing y Grandes Bases de Datos/Marketing Analytics and Big Data.	OB	4
Comportamiento del consumidor/Consumer behavior.	OB	4
Marketing estratégico/Strategic marketing.	OB	3
Gestión de marca y planificación de marca/Brand management and planning.	OB	4
Estrategia de comunicación/Integrated communications.	OB	4
Prácticas externas/Internship.	OB	8
Trabajo Fin de Máster/Master Final Project.	TFM	6

Total créditos de formación obligatoria = 44.