

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

3816 *Resolución de 26 de febrero de 2020, de la Universidad de Murcia, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing Digital y Analítico.*

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 acordado el carácter oficial del título por el Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2019 (publicado en el BOE de 17 de diciembre), por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 3 de diciembre,

Este Rectorado, de conformidad en lo dispuesto en el artículo 35.4 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, reformada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster universitario en Marketing Digital y Analítico.

Murcia, 26 de febrero de 2020.–El Rector, José Luján Alcaraz.

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL Y ANALÍTICO

Tipo de asignatura	Créditos
Obligatorias.	24
Optativas.	36
Prácticas externas.	12
Trabajo Fin de Máster.	18
Total.	90

Primer curso

Asignaturas	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Dirección de marketing avanzado.	Obligatoria.	6	C1
Marketing estratégico y planificación.	Obligatoria.	3	C1
Responsabilidad social y ética empresarial.	Obligatoria.	3	C1
Captación y gestión de relaciones con clientes.	Obligatoria.	3	C1
Análisis estratégico del consumidor.	Obligatoria.	3	C1
Emprendimiento y modelos de negocio.	Obligatoria.	6	C1
Especialidad en Marketing analítico.			
R Bootcamp.	Optativa.	3	C1
Herramientas de investigación de mercados.	Optativa.	3	C1
Introducción al marketing analítico.	Optativa.	3	C2
Marketing analítico avanzado I.	Optativa.	3	C2
Marketing analítico avanzado II.	Optativa.	6	C2
Métodos de predicción y simulación.	Optativa.	6	C2

Asignaturas	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Big data.	Optativa.	6	C2
Aplicaciones analíticas de marketing.	Optativa.	6	C2
Especialidad en Marketing digital.			
Herramientas de diseño web.	Optativa.	3	C1
Herramientas de diseño gráfico.	Optativa.	3	C1
Nuevas tendencias sociales en entornos digitales.	Optativa.	3	C2
Diseño y gestión de comercio electrónico I.	Optativa.	3	C2
Diseño y gestión de comercio electrónico II.	Optativa.	6	C2
Transformación digital de la empresa.	Optativa.	6	C2
Analítica digital y de comercio electrónico.	Optativa.	6	C2
Comunicación online y social media.	Optativa.	6	C2

Segundo curso

Asignaturas	Carácter	ECTS	Cuatrimestre
Prácticas externas.	Obligatoria.	12	C1
Trabajo Fin de Máster.	Obligatoria.	18	C1