

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

6468 *Resolución de 13 de marzo de 2020, de la Universidad de Cantabria, por la que se modifica la de 17 de octubre de 2016, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster en Marketing (Empresas Turísticas).*

Se modifica la descripción del plan de estudios para eliminar del mismo la especialidad «Empresas Turísticas» y actualizar el número de créditos ofertados en los distintos módulos optativos que lo componen.

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación de la Resolución de 17 de octubre de 2016, publicada en el «Boletín Oficial del Estado» número 261, del 28, por la que se publicaba la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria, que quedará estructurado según consta en el Anexo a esta Resolución.

Santander, 13 de marzo de 2020.–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

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS:

Obligatorios.	37,5
Optativos.	12,5
Prácticas Externas.	4
Trabajo Fin de Máster.	6
Créditos Totales.	60

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.	2,5	Optativo.
Asignaturas Orientación Profesional.	12,5	Optativo.
Prácticas.	4	Obligatorio.
Trabajo Fin de Máster.	6	Obligatorio.

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