

III. OTRAS DISPOSICIONES**UNIVERSIDADES**

7373 *Resolución de 16 de junio de 2020, de la Universidad de Lleida, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing de Medios Sociales.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, previo informe positivo de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 3 de agosto de 2018 (publicado en el BOE núm. 217 del 7 de septiembre de 2018, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 29 de agosto de 2018),

Este Rectorado, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales por la Universitat de Lleida.

Lleida, 16 de junio de 2020.–El Rector, Jaume Puy Llorens.

PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE MÁSTER EN MARKETING DE MEDIOS SOCIALES POR LA UNIVERSITAT DE LLEIDA

Universitat de Lleida.

Centro: Facultad de Derecho, Economía y Turismo.

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales por la Universitat de Lleida.

- Especialidad en Turismo Electrónico.
- Especialidad en Investigación.

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Curso de implantación: 2016-17.

Resumen de créditos por tipología:

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB).	30
Optativas (OP).	18
Prácticas externas (PE).	6
Trabajo de fin de máster (TFM).	6
Créditos totales.	60

Resumen del plan de estudios:

Denominación Módulo	ECTS	Carácter del Módulo	Unidad temporal
Módulo I: Marketing de Medios Sociales.	30	OB	Semestral.
Módulo II: Turismo Electrónico.	18	OP	Semestral.
Módulo III: Módulo de Investigación.	18	OP	Semestral.
Módulo IV: Prácticas Externas.	6	PE	Semestral.
Módulo V: Trabajo de Fin de Máster.	6	TFM	Semestral.

Los créditos de optatividad se obtendrán a través de la oferta de un conjunto de asignaturas optativas que se revisarán anualmente en función de las necesidades formativas.