

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

23879 *Resolución de 2 de noviembre de 2023, de la Universidad de Sevilla, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada.*

Obtenida la verificación positiva del plan de estudios por parte del Consejo de Universidades mediante Resolución de fecha 30 de mayo de 2023, y una vez establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 17 de octubre de 2023 (BOE de 30 de octubre de 2023),

Este Rectorado, de conformidad con lo previsto en el artículo 8.3 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, y en el artículo 27.4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, ha resuelto ordenar la publicación del plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada por la Universidad de Sevilla, que queda estructurado según consta en el Anexo a esta Resolución.

Sevilla, 2 de noviembre de 2023.—El Rector, Miguel Ángel Castro Arroyo.

ANEXO

Plan de estudios de Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada por la Universidad de Sevilla

Rama de conocimiento: Ciencias sociales y jurídicas

Ámbito del conocimiento: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

Centro de impartición: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Distribución del plan de estudios en créditos ECTS por tipo de materia:

	Tipo de materia	Créditos
O	Obligatorias.	30
P	Optativas.	20
T	Trabajo Fin de Máster.	10
	Total.	60

Estructura de las enseñanzas por módulos:

Módulo	Asignatura	Tipo de Materia	Créditos
Marketing y Estrategia.	Estrategia Empresarial Avanzada.	O	6
	Estrategias de Marketing Avanzadas.	O	6
	Estrategias y Técnicas de Segmentación y Posicionamiento.	O	6
	Creación de Empresas e Innovación.	P	4
	Estrategias de Marketing y Dirección Comercial.	P	4
	Investigación de Marketing.	P	4
	Marketing Digital.	P	4
	Plan de Marketing en la Práctica.	P	4
	Tendencias de Consumo.	P	4
Técnicas de Investigación Aplicadas al Marketing.	Habilidades para la Investigación Aplicada en Marketing.	O	4
	Introducción a la Minería de Datos.	O	4
	Técnicas de Investigación Cualitativa en Entornos Comerciales.	O	4
	Aplicaciones de la Minería de Datos a la Investigación de Mercados.	P	4
	Ciencia de Datos Aplicada al Marketing con R.	P	4
	Técnicas de Análisis Confirmatorio-Predictivo de Datos.	P	4
	Técnicas de Exploración de Datos.	P	4
	Técnicas de Neurociencias Aplicadas al Marketing.	P	4
	Prácticas Externas en Empresas.	P	4
Trabajo Fin de Máster.	Realización del TFM.	T	10