



NCG64/11: Plan de Estudios de Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor

- Resolución de 16 de julio de 2012, de la Universidad de Granada, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor.

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

10646 *Resolución de 16 de julio de 2012, de la Universidad de Granada, por la que se publica el plan de estudios de Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor.*

Obtenida la verificación del plan de estudios por el Consejo de Universidades, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de diciembre de 2011 (publicado en el «BOE» de 7 de enero de 2012, por resolución de la Secretaría General de Universidades de 21 de diciembre de 2011),

Este Rectorado ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor por las Universidades de Granada y Jaén, que quedará estructurado según consta en el anexo de esta Resolución.

Granada, 16 de julio de 2012.–El Rector, Francisco González Lodeiro.

ANEXO

Cuadro 1: Resumen de materias y distribución de créditos ECTS del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	16
Optativas	20
Prácticas externas	12
Trabajo Fin de Máster	12
Total	60

Cuadro 2: Módulos y Materias del Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Módulo	Materia	ECTS	Carácter
Módulo I: Herramientas de análisis e investigación en comportamiento del consumidor.	Investigación de mercados, variables psicosociales y comportamiento de compra.	4	Optativo.
	Metodología de investigación en marketing y comportamiento del consumidor.	6	Obligatorio.
Módulo II: Temas avanzados en marketing y comportamiento del consumidor.	Investigaciones sobre consumo: perspectiva ética y de responsabilidad social.	4	Optativo.
	Desarrollo y patrones de consumo: análisis del caso español.	3	Optativo.
	Investigaciones sobre consumo: perspectiva jurídica.	3	Optativo.
	Investigaciones sobre marketing relacional y orientación al mercado en el comportamiento del consumidor.	4	Obligatorio.
	Comportamiento del consumidor y comercio minorista.	4	Optativo.
	Modelos de comunicación y comportamiento del consumidor.	4	Optativo.
	Estrategia empresarial y comportamiento del consumidor.	3	Optativo.
	Comportamiento del consumidor e innovación tecnológica.	4	Optativo.
	Comercio electrónico.	4	Optativo.
	Temas avanzados en comportamiento del consumidor.	4	Optativo.
Módulo III: Competencias para la Preparación del Trabajo Fin de Máster.	Competencias para la Preparación del Trabajo Fin de Máster.	6	Obligatorio.
Módulo IV: Prácticas y actividades complementarias.	Prácticas y actividades complementarias.	12	Obligatorio.
Módulo V: Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	12	Obligatorio.