

III. OTRAS DISPOSICIONES

UNIVERSIDADES

19195 *Resolución de 17 de septiembre de 2021, de la Universidad Internacional de La Rioja, por la que se publica el plan de estudios de Máster Universitario en Marketing Farmacéutico.*

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, así como la autorización de la Comunidad Autónoma de La Rioja, y acordado el carácter oficial del título por Acuerdo del Consejo de Ministros 24 de agosto de 2021 (publicado en el BOE de 13 de septiembre de 2021, por Resolución de la Secretaría General de Universidades de 30 de agosto de 2021),

Este Rectorado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, ha resuelto publicar el plan de estudios conducente a la obtención del título de Máster Universitario en *Marketing* Farmacéutico por la Universidad Internacional de La Rioja.

El plan de estudios a que se refiere la presente resolución quedará estructurado conforme figura en el anexo adjunto.

Logroño, 17 de septiembre de 2021.–El Rector, José María Vázquez García-Peñuela.

ANEXO

Plan de estudios conducente al título de Máster Universitario en *Marketing* Farmacéutico por la Universidad Internacional de La Rioja

Rama de conocimiento a la que se adscribe el título: Ciencias Sociales y Jurídicas

- Distribución del Plan de Estudios en Créditos ECTS, por tipo de materia.

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias.	42
Optativas.	0
Prácticas Externas.	6
Trabajo Fin de Máster.	12
Total.	60

- Explicación general de la planificación del plan de estudios.

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Sector Farmacéutico (6 ECTS).	Sector Farmacéutico, Estructura y Funciones en las Compañías Farmacéuticas.	6	OB
Estrategias de <i>Marketing</i> Farmacéutico (24 ECTS).	<i>Marketing</i> Aplicado al Sector Farmacéutico.	6	OB
	Gestión Estratégica y <i>Marketing</i> Especializado.	6	OB
	Planificación Presupuestaria en el <i>Marketing</i> Farmacéutico.	6	OB
	Plan de <i>Marketing</i> Farmacéutico.	6	OB

Materias	Asignaturas	Créditos ECTS	Carácter
Inteligencia de <i>Marketing</i> Farmacéutico (12 ECTS).	Herramientas y Análisis de <i>Big Data</i> para la Gestión de <i>Marketing</i> en el Sector Farmacéutico.	6	OB
	Omnicanalidad en el Sector Salud.	6	OB
Prácticas Externas (6 ECTS).	Prácticas Externas.	6	PE
Trabajo Fin de Máster (12 ECTS).	Trabajo Fin de Máster.	12	TFM