

# 1.DISPOSICIONES GENERALES

## UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

**CVE-2020-2207** *Resolución de 4 de marzo de 2020, por la que se modifica la Resolución de 30 de septiembre de 2016, por la que se publicaba la modificación del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección de 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 30 de septiembre de 2016, publicada en el Boletín Oficial de Cantabria número 196, de 11 de octubre de 2016, por la que se publicaba la modificación del Plan de Estudios del Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria, que quedará estructurado según consta en el Anexo a esta Resolución.

Santander, 4 de marzo de 2020.

El rector,

Ángel Pazos Carro.

VIERNES, 13 DE MARZO DE 2020 - BOC NÚM. 51

## 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

#### 1. Distribución del plan de estudios en créditos ECTS

Obligatorios	37,5
Optativos	12,5
Prácticas Externas	4
Trabajo Fin de Máster	6
<b>Créditos Totales</b>	<b>60</b>

#### 2. 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".

2020/2207

CVE-2020-2207