

Programa Académico:

Período

1

ESTRATEGIA CORPORATIVA Y DE MERCADEO			CR
48	168	3	
Unidad Disciplinar Avanzada			
SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE CLIENTES			CR
48	168	3	
Unidad de Investigación			
NEUROMARKETING Y USER EXPERIENCE			CR
32	112	2	
Unidad Disciplinar Avanzada			
EXPERIENCIAL MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR			CR
48	168	3	
Unidad Disciplinar Avanzada			
TRADE MARKETING Y GERENCIA DE CANALES			CR
48	168	3	
Unidad Disciplinar Avanzada			
POLÍTICAS Y GESTIÓN DE PRECIOS			CR
32	112	2	
Unidad Disciplinar Avanzada			

Período

2

ESTRATEGIA DE MEDIOS			CR
32	112	2	
Unidad Disciplinar Avanzada			
GERENCIA DE MARCAS			CR
48	168	3	
Unidad Disciplinar Avanzada			
INTELIGENCIA DE NEGOCIOS / BUSINESS INTELLIGENCE			CR
32	112	2	
Unidad de Investigación			
EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS			CR
32	112	2	
Unidad Disciplinar Avanzada			
PROYECTO MMGM			CR
80	280	5	
Unidad de Titulación			

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	A&B		CR
	3	102	3
HORAS DE CONTACTO DOCENTE	UNIDAD DE FORMACIÓN		CRÉDITOS
	TOTAL DE HORAS		

Total Horas para asignaturas sin trabajo de titulación 1400  
 Total Horas para trabajo de titulación 280  
 Total Horas del Programa 1680  
 Total de Créditos del Programa 30

UNIDAD DE FORMACION

UNIDAD DISCIPLINAR AVANZADA  
 UNIDAD DE TITULACIÓN  
 UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



CAMPOS DE FORMACION

FORMACIÓN PROFESIONAL AVANZADA  
 INVESTIGACIÓN AVANZADA  
 FORMACIÓN EPISTEMOLÓGICA

