

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

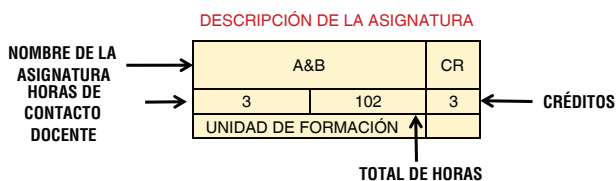
ESTRATEGIA DE MEDIOS		CR
32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada		

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		



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

