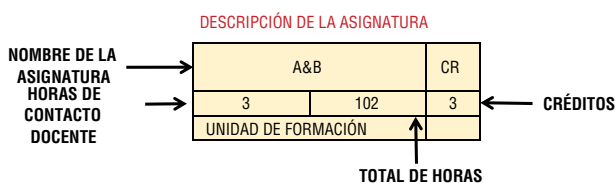


Programa Académico:

Período 1			Período 2		
ESTRATEGIA CORPORATIVA Y DE MERCADEO			ESTRATEGIA DE MEDIOS		
48	168	3	32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada			Unidad Disciplinar Avanzada		
SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE CLIENTES			GERENCIA DE MARCAS		
48	168	3	48	168	3
Unidad de Investigación			Unidad Disciplinar Avanzada		
NEUROMARKETING Y USER EXPERIENCE			INTELIGENCIA DE NEGOCIOS / BUSINESS INTELLIGENCE		
32	112	2	32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada			Unidad de Investigación		
EXPERIENCIAL MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR			EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS		
48	168	3	32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada			Unidad Disciplinar Avanzada		
TRADE MARKETING Y GERENCIA DE CANALES			PROYECTO MMGM		
48	168	3	80	280	5
Unidad Disciplinar Avanzada			Unidad de Titulación		
POLÍTICAS Y GESTIÓN DE PRECIOS					
32	112	2			
Unidad Disciplinar Avanzada					



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

