

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		

ESTRATEGIA Y ECOSISTEMA DIGITAL		CR
32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada		

INBOUND MARKETING, CONTENT AND STORYTELLING		CR
48	168	3
Unidad Disciplinar Avanzada		

NEUROMARKETING Y USER EXPERIENCE		CR
32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada		

POLÍTICAS Y GESTIÓN DE PRECIOS		CR
32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada		

Período

2

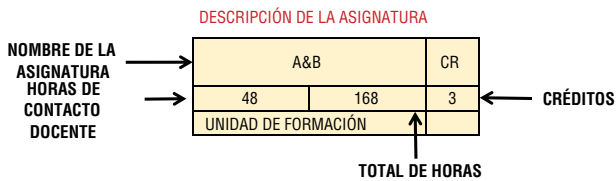
PUBLICIDAD DIGITAL Y PERFORMANCE		CR
32	112	2
Unidad Disciplinar Avanzada		

ESTRATEGIA DE MEDIOS		CR
32	112	2
Unidad de Investigación		

E-COMMERCE Y OMNICANALIDAD		CR
48	168	3
Unidad Disciplinar Avanzada		

MOBILE MARKETING		CR
48	168	3
Unidad Disciplinar Avanzada		

PROYECTO MMED		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

