

 Universitat Autònoma de Barcelona	Facultad de Economía y Empresa Plan de estudios 1093 – Comisión de Estudios de Posgrado del 28/09/2010 MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING	Fecha de impresión: 16/10/2019 Página 1 de 1
---	--	---

Distribución de los créditos que se han de cursar:

	Módulos obligatorios	Módulos optativos	Trabajo Fin Máster	Total
TOTAL	40	10	10	60*

*Los alumnos que hayan de cursar los créditos de Complementos de Formación harán un total de 62,5 créditos.

MÓDULOS			
Código	Nombre del módulo	Semestre	Créditos ECTS
OBLIGATORIOS (40 créditos ECTS)			
42224	Comportamiento del Consumidor	1	10
42226	Marketing Avanzado	1	10
42230	Investigación Avanzada	1	10
42227	Marketing Emergente (vigente como módulo obligatorio a partir del curso 2013-14)	2	10
42229	Proyecto / Prácticas (vigente hasta el curso 2012-13)	2	10
TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (10 créditos ECTS)			
42231	Trabajo de Fin de Máster	2	10
OPTATIVOS (10 créditos ECTS)			
43405	Comunicación Comercial	2	10
42228	Marketing Sociopolítico	2	10
43191	Prácticas Profesionales (módulo vigente a partir del curso 2013-14)	2	10
42227	Marketing Emergente (vigente como módulo optativo hasta el curso 2012-13)	2	10
43931	Marketing basado en Datos y del Comportamiento (módulo vigente a partir del curso 2017-18)	2	10
COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN (2,5 créditos ECTS)			
104154	Introducción al Análisis Multivariante	1	2,5