

 Universitat Autònoma de Barcelona	Facultad de Economía y Empresa Plan de estudios 1603 Comisión de Asuntos Académicos del 4/12/2024 MÀSTER UNIVERSITARI EN MÀRQUETING	Fecha de impresión: 11/12/2025 Página 1 de 1
---	---	---

Distribución de los créditos que se han de cursar:

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

*Los alumnos que tengan que cursar los créditos de Complementos de Formación siguiendo las indicaciones del Coordinador/a del Máster harán un total de **66** créditos.

MÒDULS			
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
45434	Marketing Digital	2	10
TRABAJO DE FIN DE MÁSTER (10 créditos ECTS)			
42231	Trabajo de Fin de Máster	2	10
OPTATIVOS (10 créditos ECTS)			
45620	Marketing Sociopolítico (Inglés)	2	10
43191	Prácticas Profesionales	2	10
43931	Marketing basado en Datos y del Comportamiento	2	10
COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN (6 créditos ECTS)			
102385	Estadística II (Para la vía de Acceso de Licenciados o graduados en Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Filologías / Humanidades y titulaciones equivalentes)	1	6
104678	Dirección de Marketing (Para la vía de Acceso de Licenciados o graduados en Ingeniería y del ámbito de Ciencias)	1	6