

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 | |