

**Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada**

**Máster de 60 créditos**

**Obligatorio**

| Curso | Cód.     | Asignatura                                                    | Créd.<br>ECTS | Dur. |
|-------|----------|---------------------------------------------------------------|---------------|------|
| 1     | 52150004 | Estrategia Empresarial Avanzada                               | 6             | C1   |
| 1     | 52150005 | Estrategias de Marketing Avanzadas                            | 6             | C1   |
| 1     | 52150007 | Estrategias y Técnicas de Segmentación y Posicionamiento      | 6             | C1   |
| 1     | 52150008 | Habilidades para la Investigación Aplicada en Marketing       | 4             | C2   |
| 1     | 52150009 | Introducción a la Minería de Datos                            | 4             | C2   |
| 1     | 52150014 | Realización del TFM                                           | 10            | C2   |
| 1     | 52150017 | Técnicas de Investigación Cualitativa en Entornos Comerciales | 4             | C2   |

**Optativas (Elegir 20 créditos)**

| Curso | Cód.     | Asignatura                                                         | Créd.<br>ECTS | Dur. |
|-------|----------|--------------------------------------------------------------------|---------------|------|
| 1     | 52150003 | Creación de Empresas e Innovación                                  | 4             | C1   |
| 1     | 52150006 | Estrategias de Marketing y Dirección Comercial                     | 4             | C1   |
| 1     | 52150010 | Investigación de Marketing                                         | 4             | C1   |
| 1     | 52150011 | Marketing Digital                                                  | 4             | C1   |
| 1     | 52150012 | Plan de Marketing en la Práctica                                   | 4             | C1   |
| 1     | 52150019 | Tendencias de Consumo                                              | 4             | C1   |
| 1     | 52150001 | Aplicaciones de la Minería de Datos a la Investigación de Mercados | 4             | C2   |
| 1     | 52150002 | Ciencia de Datos Aplicada al Marketing con R                       | 4             | C2   |
| 1     | 52150013 | Prácticas Externas en Empresas                                     | 4             | C2   |
| 1     | 52150015 | Técnicas de Análisis Confirmatorio-Predictivo de Datos             | 4             | C2   |
| 1     | 52150016 | Técnicas de Exploración de Datos                                   | 4             | C2   |
| 1     | 52150018 | Técnicas de Neurociencias Aplicadas al Marketing                   | 4             | C2   |

NOTA: Con carácter general, las asignaturas optativas, para ser impartidas, deben tener al menos seis estudiantes matriculados. De no alcanzarse esta cifra durante dos cursos consecutivos, podría ser de aplicación lo dispuesto en el artículo 8.2.d) del Reglamento General de Actividades Docentes.