

MÁSTER U. DIRECCIÓN DE MARKETING Y GESTIÓN COMERCIAL

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Distribución del Plan de Estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias	50
Trabajo de Fin de Máster	10
CRÉDITOS TOTALES	60

La distribución temporal del Plan de Estudios se presenta de forma más detallada en la siguiente tabla:

MATERIA 1. Introducción		
Asignaturas	ECTS	Semestre
Asignatura 1: Nuevo entorno competitivo	5	1º

MATERIA 2. Dirección de Marketing		
Asignaturas	ECTS	Semestre
Asignatura 2: Marketing Intelligence y consumidor 2.0	5	1º
Asignatura 3: Marketing Estratégico: análisis y formulación	5	1º
Asignatura 4: Marketing Operativo: mix y herramientas	5	1º
Asignatura 5: Plan de Marketing y Acción Comercial	5	1º
Asignatura 6: Marketing Digital	5	1º

MATERIA 3. Dirección Comercial		
Asignaturas	ECTS	Semestre
Asignatura 7: Habilidades directivas para la gestión comercial	5	2º
Asignatura 8: Gestión de los canales de venta y Key Account Management	5	2º
Asignatura 9: Dirección y gestión de la red de ventas	5	2º

MATERIA 4. Gestión Financiera y Presupuestaria		
Asignatura	ECTS	Semestre
Asignatura 10: Gestión financiera y presupuestaria. Marketing y ventas	5	2º

MATERIA 5. Trabajo Final de Máster		
Asignatura	ECTS	Semestre
Asignatura 11: Trabajo Final de Máster	10	2º