



DISTRIBUCIÓN DE AULAS MÁSTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL

Curso 2019/20

Primer semestre:

Asignatura	Aula
Dirección Comercial.(Obligatoria común)	2.17
La Responsabilidad Civil en la Sociedad de la Información. (Obligatoria común)	2.17
Habilidades Directivas I. (Obligatoria común)	2.17
Creatividad Digital. (Obligatoria común)	2.17
Marketing Digital. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Modelos, Técnicas y Herramientas para el Diseño de Bases de Datos. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Social Media Marketing. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Tecnologías y Herramientas Web.(Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Comportamiento del Consumidor de Contenidos Digitales. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática

Segundo semestre:

Asignatura	Aula
Comercio electrónico. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Marketing de fidelización on line. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Publicidad on line. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Seguridad de Redes y Transacciones on line. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Reputación de marca on line. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Mobile Marketing. (Obligatoria común)	Aula 1 Informática
Habilidades Directivas II. (Obligatoria Itinerario Profesional)	0.3
Metodología para la Investigación.(Obligatoria Itinerario Investigador)	Aula 1 Informática
Estadística avanzada para Marketing y Gestión. (Obligatoria Itinerario Investigador)	Aula 1 Informática
Técnicas para la Toma de Decisiones en Marketing. (Obligatoria Itinerario Investigador)	Aula 1 Informática
Aplicaciones Móviles. (Optativa)	*
Sistemas de Información Geográfica para el Marketing. (Optativa)	*
Nuevas Tecnologías y marketing.(Optativa)	*

* Se concretará más adelante