

Marketing e Innovación

| Ciclo | Curso | Pre requisito | Horas totales | Créditos totales |
|--------------------|---|---|---------------|------------------|
| 1 | MUNDO CONTEMPORÁNEO | NINGUNO | 3 | 3 |
| 1 | RAZONAMIENTO LÓGICO | NINGUNO | 5 | 4 |
| 1 | STORYTELLING: DE LA TEORÍA A LA NARRATIVA | NINGUNO | 4 | 4 |
| 1 | ENTORNO GLOBAL DE NEGOCIOS | NINGUNO | 4 | 4 |
| 1 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 1: BASES DEL CAMBIO | NINGUNO | 5 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 19 |
| 2 | INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD | NINGUNO | 4 | 4 |
| 2 | ESTADÍSTICA APLICADA | NINGUNO | 5 | 4 |
| 2 | PERSONAS EN LA ERA DIGITAL | NINGUNO | 4 | 4 |
| 2 | COOLHUNTING Y TREND RESEARCH | NINGUNO | 4 | 4 |
| 2 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 2: DETECCIÓN DE INDICIOS | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 1: BASES DEL CAMBIO | 5 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 22 | 20 |
| 3 | EXPRESIÓN CULTURAL Y ARTE | NINGUNO | 4 | 4 |
| 3 | FILOSOFÍA Y CRÍTICA DE LA FICCIÓN | NINGUNO | 4 | 4 |
| 3 | ECONOMÍA APLICADA | NINGUNO | 4 | 4 |
| 3 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 3: PROCESOS ÁGILES | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 2: DETECCIÓN DE INDICIOS | 5 | 4 |
| 3 | ENFOQUES DEL MARKETING | NINGUNO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 20 |
| 4 | TECNOLOGÍA | NINGUNO | 4 | 4 |
| 4 | METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN | NINGUNO | 4 | 4 |
| 4 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 4: GAME CHANGERS | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 3: PROCESOS ÁGILES | 5 | 4 |
| 4 | ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS | NINGUNO | 4 | 4 |
| 4 | MARKETING APLICADO | ENFOQUES DEL MARKETING | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 20 |
| 5 | INVESTIGACIÓN CUALITATIVA | NINGUNO | 4 | 4 |
| 5 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 5: CENTRALIDAD DEL USUARIO | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 4: GAME CHANGERS | 5 | 4 |
| 5 | Estrategias de Comunicación Corporativa | NINGUNO | 4 | 4 |
| 5 | Responsabilidad Social Empresarial | NINGUNO | 4 | 4 |
| 5 | ANTROPOLOGÍA DEL DISEÑO | NINGUNO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 20 |
| 6 | INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA | NINGUNO | 4 | 4 |
| 6 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 6: EMPRESA DEL FUTURO | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 5: CENTRALIDAD DEL USUARIO | 5 | 4 |
| 6 | CONTABILIDAD | NINGUNO | 4 | 4 |
| 6 | GESTIÓN DEL TALENTO | NINGUNO | 4 | 4 |
| 6 | Branding y Gestión de Experiencias | MARKETING APLICADO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 20 |
| 7 | COSTOS Y PRESUPUESTOS | NINGUNO | 4 | 4 |
| 7 | GESTIÓN DE FINANZAS | CONTABILIDAD | 4 | 4 |
| 7 | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 7: MINDS AND MACHINES | TALLER DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 6: EMPRESA DEL FUTURO | 5 | 4 |
| 7 | ECOSISTEMAS DIGITALES | NINGUNO | 4 | 4 |
| 7 | BEHAVIORAL ECONOMICS | ANTROPOLOGÍA DEL DISEÑO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 21 | 20 |
| 8 | DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | NINGUNO | 6 | 5 |
| 8 | RETAIL Y TRADE MARKETING | NINGUNO | 4 | 4 |
| 8 | PRICING | COSTOS Y PRESUPUESTOS | 4 | 4 |
| 8 | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | NINGUNO | 4 | 4 |
| 8 | MARKETING DIGITAL | NINGUNO | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 22 | 21 |
| 9 | ELECTIVO 1 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 9 | ELECTIVO 2 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 9 | ELECTIVO 3 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 9 | SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN 1: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | NINGUNO | 4 | 4 |
| 9 | INNOVACIÓN ESTRATÉGICA | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 20 |
| 10 | ELECTIVO 4 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 10 | ELECTIVO 5 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 10 | ELECTIVO 6 | NINGUNO | 4 | 4 |
| 10 | SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN 2: RESULTADOS Y DISCUSIÓN | SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN 1: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 4 | 4 |
| 10 | DIRECCIÓN DE MARKETING | INNOVACIÓN ESTRATÉGICA | 4 | 4 |
| TOTAL CICLO | | | 20 | 20 |
| | | | 210 | 200 |