

Curso Académico: (2017 / 2018)

Fecha de revisión: 24-05-2017

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: VIDAL SANZ, JOSE MANUEL

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 5.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 2

OBJETIVOS

Los estudiantes profundizarán dentro de una amplia gama de temas de investigación en marketing. Por ejemplo:

- Gestión de relaciones con clientes (CRM)
- Business analytics y dirección de marketing.
- Planificación de estrategias de marketing y tácticas.
- Nuevas tendencias en comportamiento del consumidor.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Por determinar: Los temas específicos cubiertos en esta materia pueden cambiar de un año a otro.

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40