



Trabajo final de Máster/
Master Thesis

Máster en Dirección
Comercial y Marketing
Digital
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Trabajo final de Máster/ Master Thesis

Titulación: Master en Dirección Comercial y Marketing Digital

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatorio

Idioma: español e inglés

Modalidad: Presencial/semi-presencial/a distancia

Créditos: 6

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. Lisardo de Pedro, D. Joan Roca, D. Eduardo Correa, Dr. D. Jorge Hernando Cuñado, Dr. D. Lisardo de Pedro, Dr. D Margarita Nuñez Canal, D. Álvaro Rodríguez García

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias Básicas

CB6 Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Generales

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender cómo su profesión afecta a otros departamentos de la empresa o institución.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente, en un ámbito profesional, tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual, expresándose con exactitud y precisión, con la terminología especializada de su sector de actividad.

CG6.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.

CG7.- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio en el ámbito de su desempeño profesional, y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo con éxito, logrando los objetivos previstos.

CG9.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable, desarrollando las tareas profesionales que se le deleguen, respetando los reportes definidos por la organización.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación.

CG11.- Capacidad para integrar en la organización y gobierno de la empresa los valores y políticas de igualdad efectiva, especialmente entre mujeres y hombres y atención a la discapacidad.

Competencias Específicas

CE1. Capacidad para comprender y utilizar el comportamiento del consumidor en el diseño de la estrategia comercial.

CE2. Habilidad para interpretar la comunicación verbal, no verbal y digital, en procesos de negociación y venta.

CE3. Capacidad para establecer objetivos, plazos, definir prioridades y controlar la calidad del trabajo de ventas y marketing.

CE4. Capacidad para dirigir y motivar equipos de personas que realizan tareas comerciales y de marketing.

CE5. Capacidad de utilizar herramientas para el desarrollo y crecimiento profesional de los colaboradores y definir acciones para el desarrollo de sus competencias profesionales.

CE6. Habilidad para identificar pautas de comportamiento en el interlocutor de una negociación de ventas, usando las redes sociales y el marketing digital.

CE7. Capacidad para trasladar a los clientes, a través de herramientas de marketing digital, los elementos diferenciales y ventajas competitivas que justifican la adecuación del bien o servicio ofrecido, a la necesidad del consumidor

CE8. Capacidad de ejercer el liderazgo, la toma de decisiones fundamentadas en la ética y la responsabilidad social, y procurar motivación al equipo en la labor de dirección de ventas y en su trabajo en el área del Marketing.

CE9.- Capacidad de dominar y aplicar las nuevas tendencias, oportunidades y prácticas empresariales en el ámbito de la Economía Digital y Comercio Electrónico.

CE10. - Capacidad para analizar, diseñar e integrar tecnologías y modelos de negocio en contextos multidisciplinares como el comercio electrónico, la publicidad digital, las aplicaciones móviles o las redes sociales.

CE11. - Capacidad para diseñar y poner en marcha el Plan Comercial en la empresa/ institución

1.2. Resultados de aprendizaje

Evaluar la adecuada adquisición de todas las competencias del programa mediante la exposición de un trabajo pautado, que muestre la adquisición de dichas competencias.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

2.2. Descripción de los contenidos

Con el Trabajo se pretende conseguir una integración vertical de todos los conocimientos y desarrollo de capacidades de todas las materias de la titulación de forma que se ayude a conseguir un perfil de capacidades coherente con los objetivos del Máster. El objetivo del Trabajo Fin de Máster es crear una situación en la que el alumno se vea obligado a ejercitarse en procesos de tomas de decisiones bajo presión, tiempo limitado y escasez de información, lo más semejante que sea posible a las situaciones que tiene que afrontar quien dirige una empresa. El Trabajo será individual, estará dirigido por un Tutor, se concretará en un documento que tiene que ser defendido en una presentación profesional ante un Tribunal formado por profesores y profesionales de prestigio y relevancia en el mundo empresarial. Dicho documento escrito puede ser un elemento utilizable posteriormente como herramienta en una entrevista de selección de empleo.

Master Thesis is to achieve vertical integration of all the knowledge and capacity of all the materials of the degree so that helps get a profile capabilities consistent with the objectives of the Master. The aim of the Master's Thesis is to create a situation in which the student is forced to exercise in processes of decision-making under pressure, limited time and lack of information, as close as possible to situations that must face who runs a company. Work will be individual, will be led by a tutor, it will be specified in a document that has to be defended in a professional presentation to a panel of teachers and professional prestige and importance in the business world. Such written document can be a usable item later as a tool in a job selection interview.

2.3. Actividades formativas

AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos: consiste básicamente en la explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes. Se incluye como parte esencial de esta enseñanza personalizada, característica de nuestro modelo educativo, la plena disponibilidad del profesor responsable y de los profesores auxiliares que en su caso se empleen para resolver cuestiones puntuales o prestar el asesoramiento académico necesario a través de las clásicas tutorías, tanto individuales como grupales, a solicitud de los estudiantes que lo precisen, si bien en el caso de la modalidad a distancia, las mismas se harán a través del correo electrónico, foros, teleconferencias y videoconferencias, medios todos ellos presentes en nuestra plataforma electrónica como se describe en el apartado correspondiente de esta memoria.

AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias: se trata aquí de una explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

AF3: Tutoría: se trata en este caso de la explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

Tutorías a distancia:

- Los foros académicos de cada asignatura, en el Campus Virtual, moderados por el profesor, con participación de todos los alumnos, donde se pueden consultar y poner en común dudas de los alumnos y respuestas por parte del profesor, amén de efectuar discusiones sobre los temas de trabajo en cada asignatura.
- El correo electrónico individual o colectivo entre estudiantes y profesor, para aclaraciones, orientaciones y presentación de trabajos, dudas o sugerencias para el mejor aprendizaje.
- La tutoría telefónica o por teleconferencia, tanto individual como en su caso en grupo, en el horario prefijado para cada módulo.
- La tutoría telepresencial por videoconferencia utilizando herramientas tipo SKYPE o ILLUMINATE, implementadas en la Universidad e integradas en las herramientas informáticas de las que dispone el profesorado, que permiten la visualización directa entre profesor y estudiante, la visualización de documentos y la retransmisión de eventos, conferencias, presentaciones y/o sesiones magistrales con intervención bilateral de estudiantes y profesores o invitados.
- Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar además una tutoría presencial con el profesor correspondiente en el Campus de la Universidad Nebrija o en el lugar que se determine para ello.

Debe considerarse además que siendo un programa fundamentalmente práctico, a través de los medios telemáticos citados, es perfectamente posible la adquisición de las competencias, habilidades y conocimientos mediante la discusión de aspectos específicos de determinados casos prácticos en los foros, en los que los alumnos debaten sobre los mismos, entre sí y/o con

el profesor, así como aquellos temas relacionados que el profesor crea conveniente plantear para que el alumno pueda adquirir y asimilar el itinerario formativo propuesto. Y desde luego también dichos medios hacen posible la exposición, individual o en grupo, tanto escrita como oral, de los casos y prácticas mencionados que, tras su evaluación, serán puestos en común con la correspondiente explicación de los pormenores, para asegurar con certeza la plena comprensión por parte de los estudiantes.

AF4: Trabajo individual del estudiante: el trabajo individual es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves individuales por indicación del profesor que imparte la asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo individual para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura. Algunos de ellos se expondrán oralmente a lo largo del curso por parte de los alumnos y muchos de dichos trabajos requerirán el manejo de programas informáticos que estarán disponibles tanto en los ordenadores de la Universidad como a distancia (bases de datos jurídicas o programas de gestión de despachos, por citar un ejemplo). Además, la red Internet cuenta ya con numerosas aplicaciones y materiales disponibles gratuitamente, no sólo en la sede virtual de la Universidad, sino también en otras fuentes accesibles al público. Igualmente, otros esfuerzos personales y colectivos de los estudiantes requerirán un trabajo de investigación sobre los contenidos de la materia o similares y aplicaciones prácticas y teóricas de toda clase, acudiendo para ello a las fuentes disponibles en Red.

Para facilitar el estudio y la realización de los trabajos escritos, el alumno puede acceder, sin horario predeterminado, a los recursos electrónicos de la biblioteca con todos los programas informáticos que cada asignatura precise y que estarán a su disposición en acceso libre.

Debe tenerse pues en cuenta que desde el principio del curso se encontrarán a disposición del estudiante todos los elementos de material didáctico asociados y necesarios a cada uno de Las asignaturas del Programa de este Máster, garantizando con ello la adquisición de los conocimientos, habilidades y competencias descritas en el programa formativo, que podemos resumir en los siguientes:

- 1.- Contenidos teórico-prácticos del Máster, tales como notas técnicas y el programa del mismo, que incluyen bibliografía complementaria de consulta y enlaces web de interés.
- 2.- Resumen escrito o apuntes sobre los conceptos principales.
- 3.- Test de autoevaluación. El alumno podrá repetirlos y ver la puntuación obtenida cuantas veces desee, por más que debe quedar claro que el contenido y resultados de dichos test de autoevaluación no forman parte de la evaluación de la asignatura, aunque si del itinerario formativo.
- 4.- Prueba de conocimientos. De mayor extensión que los test y que tampoco forman parte de la evaluación de la asignatura, aunque si del itinerario formativo.
- 5.- Presentación resumen en Power Point de cada una de las partes de Las asignaturas o materias.
- 6.- Colecciones de problemas y ejercicios que el alumno debe realizar y entregar al profesor por vía telemática y que este corregirá y evaluará.

AF5: Trabajo en grupo del estudiante: el trabajo en grupo es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves por indicación del profesor que imparte la asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura. Algunos de ellos se expondrán oralmente a lo largo del curso por parte de los alumnos y muchos de dichos trabajos requerirán el manejo de programas informáticos que estarán disponibles tanto en los ordenadores de la Universidad como a distancia (bases de datos jurídicas o programas de gestión de despachos, por citar un ejemplo). Además, la red Internet cuenta ya con numerosas aplicaciones y materiales disponibles gratuitamente, no sólo en la sede virtual de la Universidad, sino también en otras fuentes accesibles al público. Igualmente, otros esfuerzos colectivos de los estudiantes requerirán un trabajo de investigación sobre los contenidos de la materia o similares y aplicaciones prácticas y teóricas de toda clase, acudiendo para ello a las fuentes disponibles en Red.

AF6: Puesta en común de resultados y procedimientos: se trata en este caso de la actividad de puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya una clase.

Actividades formativas:

Modalidad presencial

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	0%
AF3	10	0%
AF4	90	0%
AF5	30	0%
AF6	10	100%

Modalidad semipresencial

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	0%
AF3	15	0%
AF4	90	0%
AF5	25	0%
AF6	10	0%

Modalidad a distancia

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	0	0%
AF2	10	0%
AF3	12,5	0%
AF4	100	0%
AF5	17,5	0%
AF6	10	0%

2.4. Metodologías docentes

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL TÍTULO PROPUESTO	
Código	METODOLOGIA DOCENTE
MD1	Método del Caso
MD2	Aprendizaje Cooperativo
MD3	Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
MD4	Clase magistral

Modalidad presencial: MD2; MD3; MD4

Modalidad semipresencial: MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD2; MD3; MD4

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria y extraordinaria

Modalidad: Presencial, Semipresencial y A distancia

El Tribunal estará formado por al menos tres profesores que ejercen como Presidente, Vocal y Secretario.

El profesor que ejerza como Presidente del Tribunal deberá ser Doctor. Si el Departamento o Facultad así lo aprueba, el vocal podrá ser un experto de reconocido prestigio en el campo. Además, podrá invitar a otros expertos del sector. En ningún caso podrá estar incluido el tutor-Director del Trabajo Fin de Máster. Para establecer la composición del tribunal se ha atendido a los criterios indicados en la Normativa Universitaria de Trabajo Fin de Máster de la Universidad Nebrija.

Sistemas de evaluación	Porcentaje
<u>Aspectos metodológicos:</u> Fuentes bibliográficas y/o documentales consultadas, corrección y adecuación de la metodología.	25%
<u>Aportaciones del trabajo:</u> Pertinencia, originalidad, interés y fundamentación de las aportaciones del trabajo.	25%
<u>Aspectos formales del documento escrito:</u> Estructura, claridad en la exposición de las ideas y corrección del lenguaje.	25%
<u>Exposición del trabajo y defensa oral ante el tribunal:</u> Claridad de la exposición y defensa oral ante el tribunal, capacidad de síntesis y de transmisión.	25%

3.3. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Lisardo de Pedro Navarro
Departamento	Empresa
Titulación académica	Doctor en Ciencias Sociales
Correo electrónico	lpedro@nebrija.es

Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad Rey Juan Carlos I. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, Master en Dirección Financiera, y Master Oficial en Gestión Comercial y Marketing.</p> <p>Desarrollo Profesional: 20 años de experiencia en departamentos de marketing, en empresas de gran consumo; Colgate, - como responsable de las marcas NB, cepillos Colgate y enjuague Plax. Ediciones SM, Grupo SOS, siendo su última posición International Marketing Manager en Deoleo. Y habiendo ocupado diferentes posiciones de Marketing Manager. Ocupando siempre posiciones de línea de Producto ha sido responsable de las decisiones de las</p>

Nombre y Apellidos	Joan Roca
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Licenciado en Psicología Organizacional por la Universitat de Barcelona. Diplomatura en Marketing por la Escuela de Administración de Empresa. Diplomado en Investigación de Mercados por AEDEMEO/ESOMAR
Correo electrónico	joanphotoroca@gmail.com
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Ha formado parte de los tribunales para TFM en OBS Business School desde 2012. Actualmente, reparte su actividad profesional entre la consultoría de marketing, la fotografía y la docencia. Son 30 años ligados al marketing como jefe de investigación de mercados y director de marketing, entre otros cargos, en Henkel Ibérica, Colgate- Palmolive, Burger King y Eat-Out (Pans & Company, Bocatta, Fresh & Ready, etc.)</p>
---	--

Nombre y Apellidos	Eduardo Correa Lázaro
Departamento	Economía y Empresa
Titulación académica	Licenciatura en Gestión Comercial y Marketing, Máster MBA Executive y en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías
Correo electrónico	Eduardo.correa1970@gmail.com
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Especialista en Marketing y Gestión Comercial. Desde hace más de 20 años, viene desarrollando su carrera profesional en importantes compañías como ADT-Operador Logístico-, ESIC Business & Marketing School o Diario El País, entre otras, ocupando cargos de responsabilidad directiva.</p> <p>Actualmente es consultor independiente para Ephemeral Life, compañía dedicada a la Consultoría, Gestión y Formación</p>
---	---

Nombre y Apellidos	Jorge Hernando Cuñado
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Doctor en Economía
Correo electrónico	jhernanc@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.

Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Madrid y Doctor en Fundamentos del Crecimiento Económico por la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado como consultor en el Ministerio de Economía (Asistencia técnica Fondo Europeo Desarrollo Regional FEDER) y en Accenture y Citigroup en Dublín, Irlanda. A través del programa Erasmus Plus ha impartido clase en la Universidad de Paris-Sorbona, Universidad de Coímbra, Universidad de Portsmouth y en Universidad de Ciencias Aplicadas de Münster. Ha coordinado varios Masters y ha sido Director de Máster en la Universidad Nebrija. Participó en la International Business Week de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Rotterdam. Keynote speaker en dos Congresos (MIRDEC International Academic Conference). Autor de diversos artículos científicos y en prensa.

Nombre y Apellidos	Margarita Nuñez Canal
Departamento	Administración de empresas
Titulación académica	Doctora Cum Laude Economía
Correo electrónico	mnunez@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.

Apasionado del espíritu empresarial, la innovación y el aprendizaje permanente. Liderando la transformación en la educación superior. Obtuve mi doctorado en Educación Emprendedora en la Universidad San Pablo CEU (Cum Laude). También realicé el Global Society Seminar en Harvard Kennedy School y programas de formación en liderazgo en INSEAD e IE Business School. Además, soy Master en Derecho y Economía por la Universidad de Rotterdam y Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense. Tengo amplia experiencia como directivo en instituciones educativas, he liderado proyectos estratégicos de consultoría para empresas y he trabajado como Coach Ejecutivo en IE Business School. Mis habilidades incluyen liderar proyectos y asegurar la excelencia en instituciones formativas y académicas.

Traducción realizada con la versión gratuita del traductor DeepL.com

	<p>variables del marketing Mix de los productos de su responsabilidad en marcas como Cuétara, Arroz SOS, Carbonell, Koipe, Barco de Vapor. Así como de la elaboración, e implementación de planes de marketing anuales, tanto nacionales como internacionales. 19 años de experiencia docente, vinculado a universidades y escuelas de Negocio, impartiendo asignaturas de Marketing.</p> <p>Profesor de EAE Bussiness School, ESIC, Universidad Europea, desde hace 20 años, tanto en formación como en Trabajos fin de master</p>
--	---

Nombre y Apellidos	Álvaro Rodríguez García
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Grado en Derecho, Doctorando en economía, Máster en MBA, abogacía y Educación secundaria.
Correo electrónico	arodriguezga@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa.
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.

Director del Máster en Dirección Comercial y Marketing Digital (Nebrija Business and Technology School). Coordinador Emprendimiento. Abogado.

Anteriormente Director del Máster de Administración de Empresas (MBA). Docente en Universidad Nebrija. Doctorando en Economía. Máster MBA, EAE Business School/ Universidad de Barcelona. Máster de Educación Secundaria, Universidad Camilo José Cela. Máster de Acceso a la Abogacía por la Universidad Autónoma de Madrid. Grado en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid, Getafe.

Inglés nivel C2 acreditado por Cambridge English (Proficiency).

Nº Colegiado ICAM: C136366