Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

MÁSTER EN MARKETING (2023-24)

Código:	Fecha de aprobación:	Precio:
9335	30/03/2020	63
		Créditos en 1ª matrícula
Créditos:	**Título:**	
60	Estudio Propio (ECTS)	

RAMA
Sin definir

PLAN
MÁSTER EN MARKETING

TIPO DE ENSEÑANZA
Mixta

CENTROS DONDE SE IMPARTE
Centro de Formación Permanente

ESTUDIO IMPARTIDO CONJUNTAMENTE CON
Solo se imparte en esta universidad

FECHAS DE EXAMEN
Acceda al listado de fechas de examen para esta titulación.

PLAN DE ESTUDIOS OFERTADO EN EL CURSO 2023-24

Nodo inicial: Seleccione el nodo inicial

Leyenda: No ofertada | Sin docencia

MÓDULO PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING

OBLIGATORIAS — 12 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OBLIGATORIAS	7	79253 - PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING I
1	OBLIGATORIAS	5	79254 - PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING (II)

Superado este bloque se obtiene
CERTIFICADO DE ESTUDIOS EN PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING

MÓDULO MARKETING EN ACCIÓN

OBLIGATORIAS — 10 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OBLIGATORIAS	5	79255 - POLÍTICAS DE MARKETING I
1	OBLIGATORIAS	5	79256 - POLÍTICAS DE MARKETING II

Superado este bloque se obtiene
CERTIFICADO DE ESTUDIOS MARKETING EN ACCIÓN

MÓDULO MARKETING DIGITAL

OBLIGATORIAS — 16 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OBLIGATORIAS	10	79257 - COMERCIO ELECTRÓNICO
1	OBLIGATORIAS	6	79258 - MARKETING DIGITAL

Superado este bloque se obtiene
CERTIFICADO DE ESTUDIOS EN MARKETING DIGITAL

MÓDULO DIRECCIÓN COMERCIAL

OBLIGATORIAS — 10 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OBLIGATORIAS	5	79259 - TÉCNICAS DE VENTAS
1	OBLIGATORIAS	5	79260 - FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Superado este bloque se obtiene
CERTIFICADO DE ESTUDIOS EN DIRECCIÓN COMERCIAL

MÁSTER EN MARKETING

OBLIGATORIAS — 60 créditos

Curso	Título	Créditos	Asignatura
1	OBLIGATORIAS	7	79253 - PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING I
1	OBLIGATORIAS	5	79254 - PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA DE MARKETING (II)
1	OBLIGATORIAS	5	79255 - POLÍTICAS DE MARKETING I
1	OBLIGATORIAS	5	79256 - POLÍTICAS DE MARKETING II
1	OBLIGATORIAS	10	79257 - COMERCIO ELECTRÓNICO
1	OBLIGATORIAS	6	79258 - MARKETING DIGITAL
1	OBLIGATORIAS	5	79259 - TÉCNICAS DE VENTAS
1	OBLIGATORIAS	5	79260 - FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
1	OBLIGATORIAS	12	79261 - TRABAJO FIN DE MÁSTER

Superado este bloque se obtiene
MÁSTER EN MARKETING

Proporcionar a los alumnos las habilidades necesarias para desarrollar su carrera profesional en el ámbito del Marketing y, en particular, en el marketing digital, en la dirección comercial y ventas, así como en el sector de la moda.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES

- CG1:Capacidad para la búsqueda, procesamiento e interpretación de información, procedentes de fuentes bibliográficas y documentales.
- CG2:Capacidad de trabajar en equipo y en la aplicación de técnicas innovadoras y dinámicas de la gestión de trabajo, de proyectos y de equipos.
- CG3:Capacidad de aprendizaje autónomo, de iniciativa y de espíritu emprendedor.
- CG4:Aplicar al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.
- CG5:Capacidad para la toma de decisiones aplicando los conocimientos a la práctica.
- CG6:Derivar de los datos, información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
- CG7:Analizar los problemas con razonamiento crítico, sin prejuicios, con precisión y rigor.
- CG8:Capacidad de análisis y de síntesis, que permita desarrollar un razonamiento crítico.
- CG9:Capacidad para la evaluación de riesgos, toma de decisiones y planificación de estrategias.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE1:Integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización pequeña, mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
- CE2:Capacidad para diseñar un plan de marketing, utilizando todas las herramientas y variables relativas al marketing mix.
- CE3:Conocer y comprender los conceptos básicos del marketing y la comercialización a través de Internet y de las nuevas tecnologías, y su vinculación con las estrategias de marketing globales de la empresa.
- CE4:Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.
- CE5:Ser capaz de aplicar diversos instrumentos técnicos de marketing e investigación comercial al análisis de la empresa en su entorno.
- CE6:Ser capaz de analizar y comprender el comportamiento de los consumidores y los factores que influyen en su conducta desde la perspectiva de marketing.
- CE7:Preparar la toma de decisiones de marketing en empresas y organizaciones, especialmente en los niveles operativo y táctico.
- CE8:Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa.
- CE9:Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
- CE10:Redactar proyectos de marketing de la empresa.
- CE11:Conocer las herramientas de análisis estratégico más habituales en el análisis de la empresa y su entorno.
- CE12:Ser capaz de seleccionar y utilizar aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis del área de marketing de la empresa.
- CE13:Desarrollar habilidades necesarias para dirigir, comunicar y motivar a los equipos de ventas.

El Máster en Marketing consta de 60 créditos ECTS distribuidos de la siguiente forma:

Tipo de asignaturas	Créditos
Obligatorias (OB)	48
Optativas (OP)	0
Prácticas Externas (OB)	0
Trabajo Fin de Máster (OB)	12
TOTAL CRÉDITOS	**60**

Cada crédito ECTS computa 25 horas de carga de trabajo del estudiante.

En el apartado "Plan de estudios" del menú lateral se puede consultar la información sobre cada una de las asignaturas que integran el plan de estudios.

Tras superar el total de créditos se obtiene el título propio de **MÁSTER EN MARKETING.**

Este título propio forma parte del Programa de Estudios Propios en **MARKETING**, que está integrado por los siguientes títulos propios:

- Máster en Marketing.
- Experto en Dirección Comercial y Ventas.
- Experto en Márketing de la Moda.
- Experto en Marketing Digital y e-Commerce

REQUISITOS DE ACCESO

Con carácter general, para acceder a las enseñanzas conducentes a la obtención del título propio de Master se requiere:

- Estar en posesión de un título oficial de Educación Superior (Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico, Licenciado, Ingeniero, Arquitecto, Grado, Máster, Doctor)
- También podrán acceder quienes estén cursando un título oficial de educación superior y le resten menos de 18 créditos para su obtención.

DIRIGIDO A

El máster está dirigido a titulados universitarios que deseen especializarse en marketing y obtener las habilidades y técnicas necesarias para desarrollar su carrera profesional en dicho ámbito, y a profesionales que deseen ampliar o actualizar sus conocimientos en el área de marketing.

CRITERIOS DE ADMISIÓN

Tendrán prioridad aquellos alumnos procedentes de las siguientes Licenciaturas y Grados, por este orden:

1. Licenciatura o Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE), Turismo y Administración y Dirección de Empresas (TADE), Derecho y Administración y Dirección de Empresas (DADE), o Diplomatura en Ciencias Empresariales.
2. Licenciatura o Grado en Publicidad y RR.PP., o Grado en Comunicación.
3. Licenciatura o Grado en Economía; Licenciatura o Grado en Sociología.
4. Otras Licenciaturas o Grados.

Cuando se requiera un requisito adicional, se revisará siguiendo el orden indicado anteriormente la nota media del expediente académico de cada alumno.

En el caso de profesionales, se valorará que tengan experiencia mínima de un año en puestos relacionados con el área de marketing, así como, su currículum vitae.

PREINSCRIPCIÓN Y MATRICULACIÓN

La preinscripción se realiza en la secretaría administrativa del estudio, en los plazos que para cada curso académico establezca la dirección de estudios (ver datos de contacto en el apartado "+info" del menú lateral).

Una vez realizada la preinscripción y tras la aplicacion de los criterios de admisión, quienes sean admitidos recibirán un correo electrónico con las instrucciones para realizar la matrícula.

TASAS

La información completa sobre las tasas administrativas a satisfacer para cada curso académico se puede consultar en la página:

http://web.ua.es/es/continua/tasas.html

El Máster en Marketing es un título propio de la Universidad de Alicante.

La legislación vigente permite que las universidades, en uso de su autonomía, puedan impartir enseñanzas conducentes a la obtención de otros títulos distintos a los títulos oficiales de Grado, Máster y Doctorado:

- Disposición adicional undécima del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (Boletín Oficial del Estado de 30 de octubre de 2007)

- Normativa de la Universidad de Alicante sobre enseñanzas propias de postgrado y especialización (Aprobada por el Consejo de Gobierno el 14 de abril de 2014, BOUA 15 de abril de 2014). Esta Normativa recoge las recomendaciones realizadas por el Consejo de la Unión Europea conducentes al espacio europeo de formación permanente (Resolución del Consejo de 27 de junio de 2002 sobre la educación permanente, DOCE 2002/C163/01)

Más información sobre normativa:

http://web.ua.es/es/continua/normativa.html

INFORMACIÓN DE CONTACTO

ESCUELA DE NEGOCIOS

escuela.negocios@ua.es

Teléfono: 965909373 / 965909448

http://mastermarketing.ua.es

mastermarketing@ua.es

dmk@ua.es

BECAS

Se concederá una beca, cada quince alumnos matriculados, por un importe de la mitad de la matrícula, atendiendo a su situación laboral, disponibilidad horaria, expediente académico y experiencia previa en gestión y difusión de redes sociales.

En caso de producirse empates, el importe de la beca (50% de la matrícula) se repartirá entre los alumnos que obtengan igual puntuación.

ORGANIZADORES ACADÉMICOS

Departamento de Marketing

DIRECCIÓN ACADÉMICA

- Director de estudios:

Francisco José Mas Ruiz

- Coordinador de estudios:

Juana Tormo Domínguez