



Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa

Campus	Créditos (Cr.)	Modalidad	Lugar de Impartición	Matrícula	Plazos Preinscripción/Matrícula
AB CR CU TO TA AL	60 18 OP 30 OB 12 TFM	Presencial Semipresencial Online	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (AB) Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (CR) Facultad de Ciencias Sociales (CU) Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (TO) ()	Matrícula condicionada	Preinscripción: 1 ABR - 12 SEP 2022 Admisión: 9 MAY - 16 SEP 2022 Matrícula: Nuevo ingreso: 20 JUN - 30 SEP 2022 Segundo y posteriores: 19 JUL - 30 SEP 2022

Precios	Comisión académica	Carácter	Nº Plazas	Contacto
801,53 €/año académico (60 Créditos x 12,13 €/Cr. + 73,73 € tasas) <small>*La Orden de Precios Públicos para el curso 2022/2023 aún no está publicada. Los cálculos son provisionales.</small>	<ul style="list-style-type: none"> Mario Javier Donate Manzanares (Coordinador) María Encarnación Andrés Martínez (AB) Rocío Carranza Vallejo (CR) Ángela Martínez Pérez (CU) María Isabel González Ramos (TO) Beatriz Ortiz García-Navas (TO grupo inglés) 	<ul style="list-style-type: none"> Profesional 	<ul style="list-style-type: none"> 75 total 15 por campus 1 grupo 	Unidad de Gestión Académica de Campus T. 926 295 300 – e-mail: cau.uclm.es Centro de Atención al Usuario (CAU) +Info

Descripción del máster



El Máster Universitario en Estrategia y Marketing tiene por objeto ofrecer una formación avanzada de carácter especializado en cuestiones relativas a la dirección general de la empresa desde una perspectiva estratégica, con una atención especial a los aspectos comerciales y la investigación de mercados. El plan de estudios está desarrollado de modo que los/ las estudiantes puedan entender la competitividad empresarial en un

entorno globalizado e hipertecnológico, y el impacto de la estrategia en los objetivos de los diferentes grupos de interés vinculados con la empresa. Para ello, el Máster se centra en cuestiones de la práctica directiva a través de modelos y técnicas avanzadas en estrategia y marketing, además de enfocarse en las habilidades necesarias para aplicarlos a la realidad empresarial.

Perfil de ingreso



El Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa pretende dotar al alumno/a de una formación especializada en el ámbito de la estrategia empresarial, proporcionando las competencias transversales y específicas necesarias para desarrollar una labor profesional con total solvencia. Por ello, resulta especialmente indicado para aquellos egresados de las titulaciones de Economía, Administración y Dirección de Empresas y Relaciones Laborales y Desarrollo de Recursos Humanos, aunque no es excluyente para otras titulaciones como Derecho, Ingenierías, Sociología, Psicología, Relaciones Públicas y Publicidad, etc. Resulta, en cualquier caso, recomendable que el/la estudiante posea un conocimiento básico de aspectos económicos y empresariales, así

como el conocimiento de idiomas extranjeros, especialmente inglés. En cuanto al perfil personal de ingreso, el Máster resulta especialmente indicado para estudiantes que manifiesten su interés por el conocimiento de materias relacionadas con la dirección estratégica, la gestión de los recursos humanos, la estrategia tecnológica y de innovación, y el marketing estratégico de la empresa. De acuerdo con esta premisa, el/ la estudiante deberá ser capaz de desarrollar capacidades y habilidades en el ámbito directivo de la empresa, por lo que será conveniente que previamente cuente con destrezas en comunicación oral y escrita, una preferencia hacia el trabajo en grupo, capacidad para asumir posiciones de liderazgo y disposición para gestionar personas.

Criterios de admisión



La Comisión Académica del Máster tendrá en cuenta los siguientes criterios al valorar las solicitudes presentadas, otorgándoles una calificación que oscilará entre 0 y 5 puntos:

- Titulación del candidato/a.
- Expediente académico.
- Perfil y adecuación de la formación previa a los contenidos del Máster.
- Otros méritos académicos o de formación (otras titulaciones, congresos, etc.).
- Publicaciones.
- Experiencia Profesional.
- Dominio de la lengua inglesa.
- Entrevista personal.

En el caso que pudieran quedar plazas vacantes al finalizar el primer plazo de admisión, los estudiantes que, en el plazo de preinscripción no hayan finalizado aún sus estudios de Grado que les da acceso al Máster Universitario, y les falte por superar el TFG y hasta 9 ECTS o acreditar el nivel B1 en lengua extranjera, de forma independiente o conjunta, podrán solicitar una matrícula condicionada.

Salidas profesionales



Al finalizar el Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa, el/la estudiante estará capacitado/a para desempeñar las tareas propias de la dirección de una empresa, trabajar en el contexto de equipos de alta dirección o prestar servicios profesionales relacionados con la consultoría estratégica a empresas en diferentes contextos sectoriales. Más específicamente, el/la estudiante estará capacitado/a para realizar tareas directivas en áreas relativas, entre otras, a:

- Gestión del conocimiento organizativo.
- Dirección de equipos de I+D.
- Investigación de mercados.
- Comercialización, marketing digital y comercio electrónico.
- Dirección de recursos humanos.
- Responsabilidad social corporativa y sostenibilidad de la empresa.

Además, el Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa permite el acceso a estudios de doctorado. La recientemente creada Escuela Internacional de Doctorado y los nuevos programas a impartir durante los próximos cursos académicos (especialmente aquellos previstos en Economía y Empresa) permiten complementar el enfoque profesional y acceder a proyectos y actividades de investigación en el ámbito universitario.



Plan de estudios



ASIGNATURA	60 créditos ECTS		
Estrategias corporativas e internacionales	6	OB	S1
Estrategias de innovación y gestión del conocimiento	6	OB	S1
Estrategias de recursos humanos	6	OB	S1
Marketing estratégico	6	OB	S1
Estrategias de marketing en sectores específicos	6	OB	S1
E-Business y estrategia de marketing	4,5	OP	S2
Responsabilidad social corporativa y estrategia	4,5	OP	S2
Prácticas externas	4,5	OP	S2
Seminarios integrados	4,5	OP	S2
Trabajo Fin de Máster	12	TFM	

Periodicidad	
S1 Semestre 1	S2 Semestre 2
SD Sin docencia	AN Anual

Tipo de asignatura		
FB Formación básica	OP Optativa	PE Prácticas Empresas
OB Obligatoria	TFM Trabajo Fin de Máster	

