

### III. OTRAS DISPOSICIONES

#### UNIVERSIDADES

**12559** *Resolución de 4 de junio de 2024, de la Universidad Autónoma de Madrid, por la que se publica la modificación del plan de estudios de Máster Universitario en Marketing.*

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 32 sobre el procedimiento para la modificación sustancial de los planes de estudios, del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad; y una vez recibida la resolución de 17 de enero de 2024 del Consejo de Universidades, por la que se declara aprobada la modificación del plan de estudios conducente al título universitario oficial de Máster Universitario en *Marketing* por la Universidad Autónoma de Madrid (4310032),

Este Rectorado ha resuelto publicar la modificación del plan de estudios conducente a la obtención del título oficial de Máster Universitario en *Marketing* por la Universidad Autónoma de Madrid, que quedará estructurado según consta en el anexo de esta resolución.

Madrid, 4 de junio de 2024.–La Rectora, Amaya Mendikoetxea Pelayo.

#### ANEXO

##### **Plan de estudios conducente al Título de Máster Universitario en Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid (4310032)**

*Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas. Ámbito de conocimiento: Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo*

##### Estructura de las enseñanzas

Tabla 1. Distribución del plan de estudios en ECTS por tipo de materia:

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias.	39
Optativas.	15
Trabajo Fin de Máster.	6
Total.	60

Tabla 2. Esquema del Plan de estudios:

Tabla 4.2 Estructura Modular Máster en *Marketing*:

Módulo	ECTS	Materia	Asignatura	TIPO	ECTS
Módulo de Fundamentos en Dirección de <i>Marketing</i> .	18	Dirección de <i>Marketing</i> (obligatorio).	Dirección estratégica de <i>Marketing</i> .	Obligatoria.	3
			<i>Marketing</i> digital.	Obligatoria.	3
			El plan de <i>marketing</i> en la práctica.	Obligatoria.	3
		Investigación Comercial (obligatorio).	Introducción a la investigación en <i>Marketing</i> : análisis cualitativo.	Obligatoria.	3
			Análisis de la información cuantitativa.	Obligatoria.	3
			Comportamiento del mercado (obligatorio).	El consumidor y el <i>Marketing</i> en la era digital.	Obligatoria.
Módulo de Programa de <i>Marketing</i> .	13,5	Políticas de <i>Marketing</i> (obligatorio).	Dirección de producto y marca.	Obligatoria.	3
			Dirección de precios.	Obligatoria.	3
			Dirección de canales de distribución.	Obligatoria.	3
			Dirección de comunicación comercial.	Obligatoria.	3
			Relaciones públicas.	Obligatoria.	1,5
Módulo de Aptitudes para el desarrollo profesional.	7,5	Cualificación profesional.	Competencias para el desarrollo profesional.	Obligatoria.	3
			Competencias para la toma de decisiones empresariales.	Obligatoria.	3
			Competencias para la realización de proyectos.	Obligatoria.	1,5
Programa de especialización.	15 (*)	Comportamiento del mercado.	Herramientas de análisis del cliente para la toma de decisiones.	Optativa.	3
			La gestión de las relaciones los clientes.	Optativa.	3
			Análisis multidisciplinar en el comportamiento del consumidor.	Optativa.	3
			Nuevas tendencias del <i>marketing</i> .	Optativa.	3
		Políticas de <i>Marketing</i> . (Optatividad).	La oferta de valor: Innovación y nuevos productos.	Optativa.	3
			Hacia la excelencia comercial.	Optativa.	3
			Social media <i>Marketing</i> .	Optativa.	3
			La gestión omnicanal.	Optativa.	3
			Global <i>Marketing</i> .	Optativa.	3
			Dirección de personas.	Optativa.	3
			Investigación Comercial (Optatividad).	Análítica digital.	Optativa.
		Tecnologías aplicadas a la gestión de <i>Marketing</i> .		Optativa.	3
		<i>Marketing</i> experiencial.		Optativa.	3
		Previsión de ventas.		Optativa.	3
		Prácticas en empresas.	Prácticas en empresas.	Optativa.	6
Modulo. TFM.		Trabajo Fin de Máster.	Trabajo Fin de Máster.	TFM.	6

\* El estudiante debe cursar 15 ECTS optativos entre toda la oferta disponible anualmente, entre la que puede encontrar 6 ECTS en Prácticas en empresa como asignatura curricular optativa.