



TÍTULO OFICIAL DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN

Director: M. Concepción Parra Meroño

Coordinadora Académica; Dra. Pilar Flores Asejo

Estructura final por módulos, materias, semestres

MATERIA	TIPO	ECTS	SM
MARKETING ESTRATEGICO <ul style="list-style-type: none"> Nuevas aplicaciones de las leyes de posicionamiento estratégico de la empresa Estrategias competitivas avanzadas Marketing relacional y <i>CRM</i> Planificación estratégica del marketing en un entorno globalizado y cambiante Auditoría de marketing 	OB	5	1
MARKETING OPERATIVO <ul style="list-style-type: none"> Innovación y desarrollo de productos y <i>branding</i> Nuevas técnicas de <i>Pricing</i> <i>Trade Marketing, category management</i> y <i>logística integral</i> Técnicas avanzadas de comunicación y promoción en <i>marketing management</i> 	OB	5	1
DIRECCIÓN DE MARKETING EN LA NUEVA ECONOMÍA GLOBALIZADA <ul style="list-style-type: none"> Análisis geoestratégico internacional y local Implementación de las estrategias de marketing en el cuadro de mandos integral de la empresa Gestión económico-financiera avanzada de las estrategias de marketing 	OB	5	1
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Comunicación Estrategia y plan de comunicación Gestión de la Comunicación Organizacional Identidad e Imagen Corporativa Instrumentos de comunicación Comunicación de crisis Medios de comunicación y líderes de opinión Responsabilidad Social Corporativa 	OB	5	1
DIRECCION COMERCIAL Y MARKETING <ul style="list-style-type: none"> Organización y Planificación Departamento Comercial y Gestión de clientes. Dirección del equipo: rendimiento, perfiles, motivación y remuneración. Técnicas de ventas y habilidades de negociación comercial. Análisis de ventas. Fijación de objetivos. Evaluación y control programas comerciales. 	OB	5	1
MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL <ul style="list-style-type: none"> El futuro de la web: Web 2.0. Web semántica. Geolocalización. Crossmedia. Estrategia y planificación: e-marketing y e-business Analítica Web: Técnicas y modalidades de medición. 	OB	5	1



<ul style="list-style-type: none"> • Social media, redes sociales y community management • Marketing Móvil 			
PROSPECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA DEMANDA <ul style="list-style-type: none"> • El consumidor del siglo XX: retos y tendencias • Profundización en las motivaciones, las actitudes y las influencias en el comportamiento del consumidor • Estudios ómnibus, tracking y paneles de consumidores • La satisfacción, las quejas y reclamaciones del cliente: medición y análisis 	OB	5	2
MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL MULTIPLATAFORMA <ul style="list-style-type: none"> • Los nuevos medios y soportes digitales • La producción digital • La comunicación en la red • E-commerce • El plan estratégico de comunicación y de marketing en la red. 	OB	9	2
PRÁCTICAS EXTERNAS EN EMPRESAS	PE	9	2
TRABAJO FIN DE MASTER	TFM	7	2