

La oferta al mercado laboral de profesionales con una formación específica en marketing y orientación al mercado es fundamental en los tiempos actuales de elevada competitividad internacional y consumidores cada vez mejor informados.

Algunas otras razones que justifican la oportunidad de esta titulación se resumen en las siguientes:

- El creciente desarrollo de los departamentos de marketing en la mayoría de las empresas y otras instituciones.
- La posición jerárquica de la dirección comercial o de marketing en la estructura organizativa de la empresa, cada vez más próxima a la dirección general; ello por la necesidad de formular estrategias corporativas orientadas al mercado que permitan encontrar o mantener las ventajas competitivas.
- El avance de la tecnología a un ritmo sin precedentes pone a disposición de las instituciones y empresas nuevos medios de comunicación y de información, creando importantes cambios en su organización y dirección. Estos hechos dan lugar a la necesidad de contar con profesionales con capacidad para utilizar estos nuevos medios explotando eficazmente la gran cantidad de datos que se generan y que es necesario analizar para la adecuada toma de decisiones empresariales.
- La alta especialización exigida en el contexto actual, si cabe más necesaria en el entorno extremeño, donde la adaptación comercial sigue presentando grandes deficiencias.

El Máster Universitario en Dirección de Marketing, que comienza a impartirse en el curso 2016-2017 y complementa los estudios ofrecidos por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Extremadura está diseñado para personas que:

- estén interesadas en la obtención de una formación avanzada en dirección de marketing e investigación de mercados;
- estén interesadas en ocupar puestos de trabajo relacionados con la función comercial o con los estudios de mercado;
- pretendan especializarse en una de las ramas que configuran los tres itinerarios que se ofertan: Comunicación; Aplicaciones de Marketing; Comercio y Ventas;
- tengan visión emprendedora e interés en desarrollar un proyecto emprendedor.
- hayan cursado materias introductorias de economía de la empresa, de estadística, de dirección comercial y de investigación de mercados.

Para acceder a estos estudios es necesario estar en posesión de alguna de las titulaciones que se señalan a continuación u otras de contenidos similares a las mismas:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas,
- Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado,
- Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas,
- Licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales,
- Grado en Economía,
- Licenciatura en Económicas,
- Grado en Turismo,
- Grado en Comunicación Audiovisual,
- Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos,
- Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

La siguiente tabla presenta la distribución de los 60 créditos necesarios para obtener el título entre asignaturas obligatorias y optativas:

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS

Curso	Obligatorios	Optativos	Trabajo Fin de Máster	Total
I°	42	12	6	60

La distribución de asignaturas por semestre, su carácter y sus créditos de acuerdo con el *Plan de Estudios* vigente se recoge en la tabla siguiente.

CURSO ÚNICO / SINGLE COURSE

Asignatura / Subject	Temp / Period	Carácter / Type	Créditos / ECTS
Análisis Estratégico del Entorno	1er Semestre <i>1st Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Investigación de Mercados	1er Semestre <i>1st Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Dirección de Producto y Marca	1er Semestre <i>1st Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Dirección de Comunicación Comercial	1er Semestre <i>1st Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Dirección de Distribución y Precio	1er Semestre <i>1st Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Dirección Estratégica de Marketing	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Técnicas y Aplicaciones de Investigación de Mercados	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6
Comunicación Corporativa	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Publicidad y Planificación de Medios	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Marketing Sectorial	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Responsabilidad Social y Marketing No Lucrativo	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Comercio y Marketing Online	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Dirección de Ventas y Gestión del Punto de Venta	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Optativa <i>Optional</i>	6
Trabajo Fin de Máster	2º Semestre <i>2nd Term</i>	Obligatoria <i>Compulsory</i>	6

MÓDULOS DE ESPECIALIZACIÓN

Cada estudiante debe elegir un módulo de especialización compuesto por dos asignaturas y el Trabajo Fin de Máster.

Las materias ofertadas en cada uno de los tres *módulos de especialización* del segundo semestre son las siguientes:

Especialidad	Asignaturas
Comunicación <i>Communication</i>	Comunicación Corporativa <i>Corporate Communication</i>
	Publicidad y Planificación de Medios
	Trabajo Fin de Máster
Aplicaciones de Marketing <i>Marketing Applications</i>	Marketing Sectorial
	Responsabilidad Social y Marketing No Lucrativo
	Trabajo Fin de Máster
Comercio y Ventas	Comercio y Marketing on Line
	Dirección de Venta y Gestión del Punto de Venta
	Trabajo Fin de Máster