

Master Universitario en Dirección de Empresas

MÓDULO	ECTS	ASIGNATURAS		
Estrategia y Desempeño Externo 18 ECTS	6	Estrategia y Dirección Estratégica		
	3	Dirección de Marketing		
	6	Finanzas Corporativas		
	3	Negocios Internacionales		
Cambio Organizativo y Desempeño Interno 9 ECTS	3	Diseño Organizativo		
	3	Dirección de la Cadena de Suministro		
	3	Control de Gestión		
Herramientas Avanzadas para la Dirección Estratégica 15 ECTS	6	Habilidades Directivas		
	3	Cuadro de Mando Integral		
	6	Dirigiendo una Empresa Virtual		
Herramientas de Apoyo a la Práctica Directiva OPTATIVO 12 ECTS	3	Sistemas de Información para la Dirección	OPTATIVO	PRÁCTICAS EXTERNAS
	3	Dirección de Recursos Humanos		
	3	Gobierno, Excelencia y RSC		
	3	Derecho de la Empresa		
Trabajo fin de Master 6 ECTS	6			
TOTAL ECTS	60			

Dirección de Marketing

- Semestre 1º
- Profesorado: José Miguel Múgica
- 3 ECTS
- Obligatoria

Interés Académico y Profesional para el Estudiante

Primero, esta asignatura muestra la imprescindible participación del marketing en la estrategia de la empresa desde su enunciación hasta su despliegue efectivo en los mercados. Lleva a entender por qué la lógica del marketing debe ser incorporada a todos los procesos de la empresa. Con especial atención al proceso estratégico de segmentación-selección-posicionamiento. Segundo, se ofrece el marco actual en el que se desarrollan los planes de marketing para la captación y mantenimiento de clientes. Con especial atención a las redes de distribución online y offline, a la comunicación en redes sociales y al atractivo de marca.

Metodología de Trabajo en el Aula

Combina sesiones magistrales, análisis y discusión de casos y sesiones de debate sobre la base de lecturas de interés o de trabajos realizados por los asistentes.

Evaluación

Pondera de forma equilibrada la adquisición de capacidades por parte de los participantes, constituyendo el examen final un peso máximo del 60 % de la calificación.