

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. Descripción del Plan de Estudios

El Máster Universitario en Gestión Comercial consta de 60 créditos ECTS que se cursarán a lo largo de un curso lectivo. La Formación Académica del Máster consta de:

Denominación		Créditos ECTS	Organización temporal	Carácter Obligatorio u Optativo
MÓDULO	MATERIA			
1.- Marketing Estratégico	Dirección Estratégica	2,5	S1	0
	Marketing Estratégico	2,5 3	S1	0
	Plan de Marketing	3,0 3	S1	0
2.- Investigación de mercados	Entornos de la investigación	0,5	S1	0
	Planificación de la investigación comercial	1,0	S1	0
	Fuentes de datos y Sistemas de información	2,0	S1	0
	Métodos cualitativos de investigación de mercados	2,0 3	S1	0
	Métodos cuantitativos de investigación de mercados	2,0 3	S1	0
	Investigación aplicada al Marketing	0,5	S1	0
3.- Marketing Operativo	Dirección de nuevos productos y servicios	2,0 3	S1	0
	Estrategias del canal de distribución	2,0 3	S1	0
	Estrategias de fijación de precios	2,0 3	S1	0
4.- Comunicación empresarial	Comunicación estratégica y persuasiva	2,5	S1	0
	Comunicación publicitaria, Estratégica y Persuasiva	2,0 3	S1 S2	0
	Dirección de Comunicación	1,5 3	S1	0

5.- Dirección Comercial	Dirección y Organización de Ventas	1,5 3	S2	0
	Métodos de Previsión de Ventas	1,0	S2	0
	El Plan de Ventas	1,5	S2	0
	Marketing Promocional	1,0	S2	0
	Marketing Relacional	1,0	S2	0
6.- Habilidades directivas	Liderazgo aplicado al marketing	0,5	S2	0
	Dirección y Gestión de Proyectos	1,0 3	S2	0
	Habilidades de dirección y gestión de personas en marketing	0,5 3	S2	0
	Modelos de decisión /Toma de decisiones	1,0	S2	0
	Negociación Comercial	0,5	S2	0
7.- Análisis Económico-Financiero en Marketing Estrategias de Marketing Digital	Introducción a las finanzas	0,5	S2	0
	Análisis Económico-Financiero Estrategias de Marketing Digital	1,0 3	S2	0
	El presupuesto comercial	0,5	S2	0
	El control de resultados comerciales	0,5	S2	0
8.- Estrategias de Marketing en entornos internacionales	Mercados Internacionales	1,0	S2	0
	Dirección de Internacional de Marketing Internacional	2,5 3	S2	0
	Negociación Intercultural y Mercados Internacionales y Negociación Intercultural	1,5 3	S2	0
	Técnicas de Comercio Exterior	1,0	S2	0
9.- Seminarios especializados /Métodos avanzados en Marketing	Geomarketing	0,5	S2	0
	Teoría de juegos en marketing	0,5	S2	0
	Dirección Estratégica de Marca	0,5	S2	0

	Key Account Management	0,5	S2	0
	Marketing de Servicios	0,5	S2	0
	Marketing y Comercio Electrónico	0,5	S2	0
	Marketing Viral	0,5	S2	0
	Metodologías de investigación científica	3,0	S2	0
Mód. 11. 10. Trabajo Fin de Master	Trabajo Fin de Master	4,0 6	S2	TFM
11. Practicum Mód. 10. Prácticas Externas	Practicum	4,0 6	S2	0

El plan de estudios quedaría así:

Denominación		Créditos ECTS	Organización temporal	Carácter Obligatorio u Optativo
MÓDULO	MATERIA			
Mód. 1. Marketing Estratégico	Marketing Estratégico	3	S1	Obligatorio
	Plan de Marketing	3	S1	Obligatorio
Mód. 2. Investigación de mercados	Métodos cualitativos de investigación de mercados	3	S1	Obligatorio
	Métodos cuantitativos de investigación de mercados	3	S1	Obligatorio
Mód. 3. Marketing Operativo	Dirección de nuevos productos y servicios	3	S1	Obligatorio
	Estrategias del canal de distribución	3	S1	Obligatorio
	Estrategias de fijación de precios	3	S1	Obligatorio
Mód. 4. Comunicación empresarial	Dirección de Comunicación	3	S1	Obligatorio
	Comunicación Publicitaria, Estratégica y Persuasiva	3	S2	Obligatorio
Mód. 5. Dirección Comercial	Dirección y Organización de Ventas	3	S1	Obligatorio
Mód. 6. Habilidades directivas	Dirección y Gestión de Proyectos	3	S1	Obligatorio
	Habilidades de dirección y gestión de personas en marketing	3	S2	Obligatorio
Mód. 7. Análisis Económico-Financiero en Marketing Estrategias de Marketing	Estrategias de Marketing Digital	3	S2	Obligatorio

Digital				
Mód. 8. Estrategias de Marketing en entornos internacionales	Dirección Internacional de Marketing	3	S2	Obligatorio
	Mercados Internacionales y Negociación Intercultural	3	S2	Obligatorio
Mód. 9.- Seminarios avanzados en Marketing	Metodologías de investigación científica	3	S2	Obligatorio
Mód. 10. Prácticas Externas	Prácticas Externas	6	S2	Obligatorio
Mód. 11.- Trabajo Fin de Master	Trabajo Fin de Máster	6	S2	TFM

- **Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia para los títulos de Postgrado.**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación básica	-
Obligatorias	48
Optativas	-
Prácticas externas	6,0
Trabajo fin de Máster	6,0
CRÉDITOS TOTALES	60,0

Mecanismos de Coordinación del Máster

La Coordinación del Programa correrá a cargo de la figura del Responsable o Director del Máster quien constituirá una Comisión de la que formarán parte los responsables de cada módulo o asignatura. Dicha comisión se reunirá al menos cada semestre y será la encargada de velar por el cumplimiento de los objetivos y la adquisición de las competencias previstas y el funcionamiento del Sistema de Tutorías Integrales. Igualmente, estos miembros formarán parte de la Subcomisión de Convalidaciones y Adaptaciones que valorará lo referente a las convalidaciones y adaptaciones de este Máster.

Aparte de los mecanismos de apoyo y orientación institucionales que figuran en la memoria y que dependen de la Universidad, en la propia titulación se establece un sistema de tutorías coordinado por el Responsable del Máster., ~~cuyo desarrollo se adjunta en un documento anexo.~~

El Responsable del Máster se ocupará de la acciones de coordinación entre las distintas asignaturas, así como de velar porque no exista solapamiento con otras y

por el respeto a las Guías docentes aprobadas. ~~manteniendo reuniones periódicas con el profesorado.~~

Por otro lado, el primer día de clase de cada curso académico se reúne a los alumnos de nuevo ingreso de cada titulación impartida en la Facultad o Escuela correspondiente y se les da la bienvenida a la Universidad en un acto organizado por el Decanato, conjuntamente con los Responsables de los Títulos, con los cuales los alumnos van a estar en contacto más directo. Durante el acto de bienvenida se informa a los alumnos de las normas básicas de funcionamiento de la Facultad o Escuela, la Biblioteca y los Servicios Informáticos del Campus, y se hace referencia al interés de la información contenida en la Guía del Estudiante y la Normativa General de la Universidad. Finalmente, se explica la labor de la figura del Responsable del Máster, como un profesor directamente involucrado en el buen funcionamiento del curso y el Título en general, encargado de mediar y resolver o trasladar a quien corresponda los problemas que puedan surgir y, finalmente, la disposición y el apoyo del Decanato y todo el personal de administración y servicios.

~~Los alumnos reciben la Guía del Estudiante, que contiene de forma muy detallada toda la información básica y genérica de la Universidad Rey Juan Carlos que les puede resultar de interés: Objetivos de la Institución, Órganos de Gobierno, Titulaciones y Centros donde se imparten, Departamentos Universitarios, Programas de Doctorado y Títulos Propios, Calendario Académico, Defensor Universitario, Vías de Acceso a la Universidad, Fechas de Matriculación, Procedimiento de Descarga de Impresos de la web, Asociaciones de Estudiantes, Actividades de Promoción Cultural y Deportes, Plan de Fomento del Deporte, Programa Propio de Ayuda y Promoción de la Investigación, Programas Internacionales, Normativa Académica, Orientación y Empleo (COIE), Actividades de Cooperación y Voluntariado.~~

~~Además, los alumnos reciben la Guía de la Biblioteca con información detallada sobre su funcionamiento y formas de acceso a sus fondos. Asimismo, la Biblioteca organiza sesiones de recepción y acogida de los nuevos alumnos, en las que se informa de manera general de los servicios y recursos de información a los que pueden tener acceso.~~

~~Cada Responsable de Máster, con el grupo de alumnos asignado, realiza una visita por el campus, indicando a los alumnos la ubicación de los principales servicios, así como el aula o aulas asignadas para la docencia.~~