

Preinscripción y matrícula

Preinscripción <http://mueme.masteruniversitario.uclm.es>

De manera ininterrumpida del 25 de abril al 13 de septiembre de 2019

Admisión

Del 17 de junio al 18 de septiembre de 2019

Matrícula: En las Unidades de Gestión de Alumnos

Para alumnos admitidos, del 25 de junio hasta el 27 de septiembre de 2019

Acceso y admisión

Plazas ofertadas: 60

Criterios de acceso

Con carácter general, tendrán acceso a los títulos de Máster Universitario, conforme a lo dispuesto en la normativa vigente, quienes hayan obtenido alguna de las titulaciones siguientes:

Título universitario oficial español.

Título expedido por una institución de Educación Superior del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que permita el acceso a estudios de máster oficial.

Títulos de estudios superiores ajenos al EEES. En este caso será necesaria la homologación a un título universitario oficial español. Si no tiene la homologación, se precisará la comprobación previa por parte de la Universidad de Castilla-La Mancha.

La Comisión Académica del Máster podrá contemplar, según la naturaleza y contenido curricular de los solicitantes la posibilidad de reconocimiento de créditos así como la formación complementaria en contenidos de Dirección Estratégica y Marketing.

Criterios de admisión

La Comisión Académica del Máster tendrá en cuenta los siguientes criterios al valorar las solicitudes presentadas: Titulaciones pertenecientes a la rama de ciencias jurídicas y sociales; expediente académico, perfil y adecuación de la formación previa a los contenidos del máster, otros méritos académicos o de formación (otras titulaciones, congresos, etc.), experiencia profesional, dominio de otros idiomas, especialmente el inglés y, en su caso, una entrevista personal.

Más información

<http://www.mueme.com>

<http://mueme.masteruniversitario.uclm.es>

Pedro Manuel García Villaverde. Coordinador del máster. pedro.gvillaverde@uclm.es ext. 2388

María José Ruiz Ortega. Albacete. mariajose.ruiz@uclm.es ext. 6323

Mario Javier Donate Manzanares. Ciudad Real. mariojavier.donate@uclm.es ext. 6323

Pedro Jiménez Estévez. Toledo. pedro.jestevez@uclm.es ext. 5602

Juan Antonio Mondéjar Jiménez. Cuenca. juanantonio.mondejar@uclm.es ext. 4242



MUEME
Estrategia y Marketing



Curso
2019/20

10ª edition

Acreditación renovada por ANECA en 2019

Master Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa

60 créditos
ECTS

Organizan

Departamento de Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Albacete

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Ciudad Real

Facultad de Ciencias Sociales. Cuenca

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Toledo



mueme.com

Presentación

El Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa tiene por objeto ofrecer una formación avanzada de carácter especializado en aspectos relacionados con la **formulación e implantación de estrategias empresariales**. El Programa está destinado a entender la competitividad empresarial a partir de la definición de la estrategia de la empresa y su puesta en marcha a través de iniciativas concretas, centrándose en cuestiones aplicadas directamente conectadas con la práctica directiva y orientándose a proporcionar no sólo los conocimientos necesarios sobre los modelos y las técnicas, sino también a desarrollar las habilidades directivas necesarias para aplicarlos en la realidad. **La metodología de enseñanza se fundamenta en el aprendizaje activo** por parte del estudiante mediante la discusión de casos, la elaboración de informes, la adopción de roles directivos, las escenificaciones de la realidad empresarial, los encuentros con directivos, las visitas a empresas y las prácticas en empresas, entre otros métodos formativos. Al finalizar el programa, el alumno estará capacitado para desempeñar las tareas propias de la dirección de una empresa, trabajar en el contexto de equipos de alta dirección o prestar servicios profesionales relacionados con la consultoría estratégica a empresas.

Con el Máster Universitario de Estrategia y Marketing de la Empresa, la Universidad de Castilla-La Mancha ofrece a los alumnos la posibilidad de obtener un **título oficial de máster en el ámbito de la estrategia y marketing de la empresa que goza de pleno reconocimiento en los distintos países europeos**, así como de todas las ventajas que proporciona su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior. El alumno podrá adaptar su formación en función de su orientación profesional o investigadora mediante la elección de uno de los dos itinerarios ofertados.

En el itinerario profesional está programada la realización de **prácticas externas** en alguna de las mayores empresas con implantación en Castilla-La Mancha, realizando tareas de apoyo para la gerencia o dirección general, marketing y recursos humanos

El Máster se imparte con contenidos y sesiones en **inglés y en español**.

Objetivos

El Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa se justifica y fundamenta en la profundización en la adquisición de competencias en materia de estrategia empresarial por parte de los egresados de titulaciones de grado vinculadas al ámbito de la economía y la empresa.

La adquisición de competencias avanzadas en estrategia empresarial se realiza con un enfoque de dirección general y siguiendo una aproximación estratégica, vinculando así estrechamente las áreas de la organización de empresas y la comercialización e investigación de mercados en torno a la dirección estratégica y al marketing estratégico. Este objetivo general se concreta en objetivos específicos en cada uno de los tres módulos de los que consta el programa.

Objetivo Específico del **Módulo Común** (Primer semestre)

Profundizar en la adquisición de competencias en estrategia de la empresa por parte de los egresados de titulaciones de grado del ámbito de la economía y la empresa. De acuerdo con este objetivo específico, están programadas materias de dirección estratégica avanzada y marketing estratégico avanzado que permitirán al estudiante familiarizarse con los conceptos, las teorías y las herramientas necesarias para el análisis de la estrategia empresarial.

Objetivo Específico del **Módulo Profesional** (Segundo semestre)

Formar a los estudiantes para que sean capaces de **tomar decisiones directivas** de acuerdo con un enfoque estratégico y desempeñar tareas en diferentes ámbitos de la dirección en empresas. Atendiendo a este objetivo específico y aprovechando el tronco común de competencias teóricas avanzadas en dirección estratégica y marketing estratégico, se profundiza en la adquisición de habilidades y competencias directivas directamente relacionadas con la práctica empresarial.

Objetivo Específico del **Módulo Investigador** (Segundo semestre)

Formar a los estudiantes para que sean capaces de emprender un proyecto de investigación en estrategia empresarial, recursos humanos, internacionalización y marketing y permitirle **acceder** en las mejores condiciones a los **estudios de doctorado** para la realización de una tesis doctoral en estos ámbitos. La UCLM ofrece varios programas de doctorado entre los que se encuentra el **Doctorado en Economía y Empresa**.

Salidas profesionales

Al finalizar el **itinerario profesional**, el estudiante estará capacitado para desempeñar las tareas propias de la dirección de una empresa, trabajar en el contexto de equipos de alta dirección o prestar servicios profesionales relacionados con la consultoría estratégica a empresas.

De manera conjunta con el perfil profesional, el estudiante puede completar su formación e inquietudes con el desarrollo de un **programa investigador** en el marco de los nuevos estudios de doctorado de la UCLM.

La recientemente creada **Escuela Internacional de Doctorado** y los nuevos programas a impartir durante los próximos cursos académicos (especialmente aquellos los previstos en Economía y Empresa) permitirán complementar el enfoque profesional y acceder a proyectos y actividades de investigación en el ámbito universitario.

Plan de estudios

Asignaturas del módulo común (6 ECTS)

Estrategias corporativas e internacionales.

Estrategias de innovación y gestión del conocimiento.

Estrategias de recursos humanos.

Marketing estratégico.

Estrategias de marketing en sectores específicos.

Asignaturas del módulo profesional (4,5 ECTS)

E-Business y estrategia de marketing.

Responsabilidad social corporativa y estrategia.

Seminarios Integrados.

Prácticas Externas.

Asignaturas del módulo investigador (4,5 ECTS)

Teoría de la empresa.

Métodos de investigación.

Técnicas de investigación avanzadas.

Seminarios de investigación.

Trabajo fin de Máster (12 ECTS)

Enfoque práctico y aplicado

Prácticas personalizadas en empresas para facilitar la empleabilidad de los estudiantes.

Clases y seminarios impartidos por profesionales y profesores de reconocido prestigio

Estudio y análisis de casos reales de empresas y situaciones de mercado

Grupos reducidos

Seguimiento **personalizado y adaptado a las necesidades de los estudiantes**.

Aprendizaje **colaborativo**

Acceso a doctorado