

## MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING

### COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PERFIL DEL EGRESADO

#### 1. COMPETENCIAS PROFESIONALES

El Máster en Dirección de Marketing ha sido planificado para que los participantes adquieran el grado de especialización de expertos en Marketing, desarrollando un conjunto de competencias que les capaciten para tomar decisiones efectivas de Marketing, con la ayuda de criterios rigurosamente fundamentados y de técnicas oportunamente aplicadas.

Como este Máster pretende facilitar el acceso laboral, se han estudiado las competencias demandadas por los empleadores en el área del Marketing. En el **perfil directivo** se desarrollan las competencias propias del ejercicio de la actividad en cargos de gestión de marketing e investigación de mercados.

En el **perfil investigador**, se abordan las competencias relacionadas con el desarrollo de una carrera docente, para las personas que quieran continuar su formación de posgrado tras cursar el Máster cursando un doctorado en marketing.

Cada materia del Máster enfatiza en unas pocas competencias de manera que el desarrollo completo solo se espera al finalizar el Máster. Cada competencia se fomenta mediante una técnica pedagógica específica, cuya efectividad ha sido contrastada en investigaciones publicadas en revistas académicas. Todas las técnicas pedagógicas previstas son oportunamente evaluables.

La siguiente tabla presenta esquemáticamente la distribución de técnicas y competencias por materias. No obstante, adviértase que la realidad no está tan encasillada y que las asignaturas pueden usar otras técnicas y fomentar otras competencias en diferentes grados.

**TABLA 1. TÉCNICAS USADAS PARA FOMENTAR COMPETENCIAS GENERALES EN CADA MATERIA**

Capacidades Generales	Materias o Bloques Temáticos																	
	Dirección de Marketing	Investigación de Marketing	Comportamiento del Consumidor	Competencias para la Dirección de	Dirección de Producto y Marca	Canales de Distribución	Dirección de Precios	Dirección de Comunicación Comercial	Régimen Jurídico del Mercado	Metodología de la Investigación en	Previsión de Ventas	Dirección de Recursos Humanos	Marketing Internacional	Taller de Comunicación en Marketing	Taller de Marketing Sectorial	Taller de Investigación en Marketing	Prácticum	Trabajo Fin de Máster
Análisis y síntesis	PS	TG							RI				BI				TI	
Organización y planificación		TG															TI	
Comunicación oral				De	PO								PO				PO	
Comunicación escrita		TG			TG		TG						TI	TG	TG	TI	TI	
Búsqueda de información relevante	PS	BI							BI			BI	BI			BI	BI	
Informática específica de la materia		IE					IE		IE		IE					IE		
Diagnóstico del origen de los problemas	AC			AC	AC			AC			AC							
Toma de decisiones	PS						AC										AP	
Resolución de problemas	SP	SP					SP	SP		SP								
Trabajo en equipo	PS	TG			TG									TG	TG	TG	AP	
Habilidades interpersonales				De							De							
Interdisciplinariedad		TG																
Trabajo en entornos internacionales													AC					
Razonamiento crítico									BE									TI
Compromiso ético en el trabajo				Co				AC										
Trabajo en situaciones de presión	PS																AP	
Adaptabilidad a nuevas situaciones													Co	Co	Co	Co	AP	
Estudio autodirigido o autónomo	BE			BE	BE	BE			RI									
Iniciativa y espíritu emprendedor									BI					TI				TI
Creatividad	MC	MC		MC			MC					MC	VE	VE	VE	VE		
Liderazgo			De								De		De					

**AC:** Análisis de Casos; **AP:** Actividades Profesionales; **BE:** Búsqueda de Evidencias; **BI:** Búsqueda de Información; **Co:** Conferencias; **De:** Debates; **IE:** Informática Especializada; **PO:** Presentaciones Orales; **PS:** Programa de Simulación; **MC:** Materiales Creativos; **RI:** Revisión de Investigaciones; **SP:** Supuestos Prácticos; **TG:** Trabajos en Grupo

## **2. PERFIL DEL EGRESADO EN EL MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING**

El mercado esté demandando continuamente una gran cantidad de especialistas en Marketing. Según los informes del Observatorio de Empleabilidad de la UAM, el Máster en Dirección de Marketing tiene una elevada tasa de inserción laboral, estando la tasa de egresados empleados en el título entre el 84% y el 94% en los últimos tres cursos para los que hay datos (2013 a 2016).

De acuerdo con los datos facilitados por los egresados al Observatorio de Empleabilidad en la encuesta sobre inserción laboral para (2015-2016), el 67% de los egresados del título trabajan en empresas privadas con más de 50 empleados, el 25% en empresas privadas con menos de 50 empleados y el 8%% en administraciones u organismos públicos. Suelen ser puestos profesionales y técnicos científicos o intelectuales (41,7%) o de apoyo (50%) en tareas relacionadas con Asesoría, Estudios y Consultoría en materias Económicas, Empresariales, Jurídicas y Sociales (50%) o con Gestión y administración general (25%).

Por tanto, los egresados en el perfil directivo ocuparán básicamente, puestos de gestión comercial en empresas muy variadas en cuanto a su tamaño (pequeña/mediana/grande), cobertura geográfica (local/multinacional) y sector de actividad. En tales empresas asumirán responsabilidades en la gestión de diferentes áreas comerciales, como el producto, la distribución, las ventas y la comunicación. Otra cuota relevante corresponderá a puestos de gestión en empresas especializadas en servicios de Marketing como institutos de Investigación de Mercado, consultoras de Marketing, agencias de publicidad, agencias de medios, agencias de Relaciones Públicas y empresas de Marketing Directo.

Quienes opten por el perfil investigador, ocuparán puestos docentes en Universidades y centros de Bachillerato, y trabajos en institutos de investigación públicos y privados.