

ANEXO I **MEMORIA JUSTIFICATIVA**

1. DATOS BÁSICOS

1. Universidad solicitante												
Universidad Complutense de Madrid												
2. Denominación del título												
Máster Universitario en Marketing												
3. Ámbito de conocimiento												
Ciencias Económicas, Administración y Dirección De Empresas, Márquetin, Comercio, Contabilidad y Turismo												
4. En el caso de que se trate de un título interuniversitario, especificar las universidades participantes												
No procede												
5. Nombre del Centro de impartición y naturaleza del mismo: propio o adscrito												
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Centro Propio.												
6. Número total de créditos												
60 ECTS												
7. Modalidad de enseñanza (presencial, híbrida, virtual)												
Híbrida												
8. En el caso de los másteres, indíquese su orientación: profesional, académica o de investigación												
Académica												
9. Estructura del plan de estudios (materias, créditos y distribución por cursos/semestres)												
<p>El máster tendrá una duración de 1 año (2 cuatrimestres) y se estructura de la siguiente forma:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Créditos obligatorios</td><td>42</td></tr> <tr><td>Créditos optativos</td><td>12</td></tr> <tr><td>Créditos de prácticas académicas externas</td><td>0</td></tr> <tr><td>Créditos TFM</td><td>6</td></tr> <tr><td>Créditos de complementos formativos</td><td>0</td></tr> <tr><td>Total créditos ECTS</td><td>60</td></tr> </table> <p>MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DE MARKETING Y ANÁLISIS DEL MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> — Materia 1: El entorno del Marketing. 4 ECTS Obligatorios, Cuatrimestre 1. — Materia 2: Análisis y comportamiento del consumidor. 10 ECTS Obligatorios, Cuatrimestre 1. 	Créditos obligatorios	42	Créditos optativos	12	Créditos de prácticas académicas externas	0	Créditos TFM	6	Créditos de complementos formativos	0	Total créditos ECTS	60
Créditos obligatorios	42											
Créditos optativos	12											
Créditos de prácticas académicas externas	0											
Créditos TFM	6											
Créditos de complementos formativos	0											
Total créditos ECTS	60											

MÓDULO 2. MARKETING ESTRATÉGICO

- Materia 1. Estrategias de Marketing generales. 4 ECTS Obligatorios. Cuatrimestre 1.
- Materia 2. Estrategias de Marketing específicas. 14 ECTS. Obligatorios. Cuatrimestre 1 y Cuatrimestre 2.
- Materia 3. Plan de Marketing. 2 ECTS. Obligatorios. Cuatrimestre 2.

MÓDULO 3: FORMACIÓN TRANSVERSAL APLICADA AL MARKETING

Compuesto por dos materias que ofrecen créditos de carácter mixto, 8 ECTS obligatorios y 12 ECTS optativos, 2º cuatrimestre.

- Materia 1. Competencias profesionales y digitales. 8 ECTS Obligatorios. Cuatrimestre 2.
- Materia 2. Formación complementaria. 12 ECTS optativos a elegir entre 18 ECTS optativos ofertados, incluyendo Prácticas académicas externas. Cuatrimestre 2.

MÓDULO 4: TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

- Materia 1. Trabajo Fin de Máster. 6 ECTS. Cuatrimestre 2.

La distribución por cursos y cuatrimestres es la siguiente:

PRIMER CURSO:

• CUATRIMESTRE 1: 30 ECTS

- Módulo 1. Fundamentos de marketing y análisis del mercado: 14 ECTS Obligatorios.
- Módulo 2. Marketing estratégico: 16 ECTS Obligatorios.

TOTAL, CUATRIMESTRE 1: 30 ECTS

• CUATRIMESTRE 2:

- Módulo 2. Marketing estratégico: 4 ECTS Obligatorios.
- Módulo 3. Formación Transversal aplicada al Marketing: 8 ECTS Obligatorios y 12 ECTS Optativos.
- Módulo 4. Trabajo de Fin Máster 6 ECTS.

TOTAL, CUATRIMESTRE 2: 30 ECTS

TOTAL, DEL MÁSTER: 60 ECTS

10. Calendario de implantación

Se implantará en el curso 2026-2027

2. CRITERIOS GENERALES

Líneas estratégicas	Justificación
<p>Justificación académica. Criterios diferenciadores que justifiquen la implantación del título para la atracción del talento, tanto para estudiantes como profesorado.</p> <p><i>La Universidad deberá justificar las características del programa en el contexto de la enseñanza universitaria, su idoneidad y adecuación al nivel académico establecido por el MECES, así como los objetivos y medidas innovadoras que puedan atraer a los estudiantes y su interés científico, académico y profesional.</i></p>	<p>En un contexto económico cada vez más competitivo, la evolución sin precedentes de la función de marketing, dentro de cualquier organización, requiere profesionales con conocimientos y habilidades actuales que les permitan gestionar este entorno enormemente dinámico. El “Máster Universitario en Marketing” propuesto tiene como objetivo abordar esta necesidad proporcionando a los estudiantes una comprensión integral de las últimas tendencias teóricas y prácticas del marketing.</p> <p>Esta necesidad se justifica atendiendo a los siguientes factores:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La creciente importancia del marketing: En la economía digital impulsada por la tecnología, el marketing se ha convertido en un componente crucial para que las empresas sigan siendo competitivas. Como resultado, hay una demanda creciente de profesionales capacitados para desarrollar y ejecutar estrategias de marketing efectivas, tal y como evidencian multitud de informes públicos y privados. Por ejemplo, el informe “The Future of Jobs”, del Foro Económico Mundial (2023), destaca la función de marketing como una de las seis profesiones que serán más demandadas de la próxima década. b) Énfasis en la innovación: El “Máster Universitario en Marketing” enfatiza todos aquellos aspectos relacionados con la innovación, como el marketing digital, el análisis avanzado de datos o la inteligencia artificial, que no suelen abordarse en títulos similares. c) Metodología práctica y adaptada: El máster combinará diferentes metodologías docentes, como clases magistrales, seminarios, talleres, software de simulación de marketing, y trabajos en grupo, fomentando el aprendizaje activo, la resolución de problemas y el desarrollo de habilidades de comunicación y liderazgo. Además, se plantea con un enfoque híbrido (presencial y online), que diferenciaría a este máster en su categoría. d) Profesorado de alto nivel: El claustro académico estará formado por reconocidos expertos en marketing, lo que garantizará una formación actualizada y rigurosa en la materia. Por otra parte,

	<p>la verificación del “Máster Universitario en Marketing” permitirá al profesorado promover el contacto con profesionales del marketing de diferentes sectores con los que se buscará la transferencia de conocimiento a la sociedad.</p> <p>e) Compromiso con la sociedad y la sostenibilidad: El máster formará a profesionales responsables y éticamente comprometidos, integrando en el currículo asignaturas y temáticas relacionadas con la responsabilidad social corporativa (RSC), la ética empresarial y la sostenibilidad.</p> <p>Además, el “Máster Universitario en Marketing” tendría un nivel 3 en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES). Ello haría posible el acceso a programas de doctorado, y a su evaluación como mérito en concursos públicos de la Administración Pública. El precio estaría regulado, al ser un título oficial y público, y estaría reconocido en todos los países del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).</p> <p>Por último, el número de plazas propuesto es de 40 estudiantes, por lo que no será necesaria ninguna inversión desde el punto de vista de la infraestructura (aulas de clase, aulas de informática, redes informáticas, software científico, bases de datos, biblioteca, instalaciones deportivas, etc.), ni de recursos de apoyo, ya que se cuenta con la Oficina de Prácticas Académicas Externas de la Facultad, Secretaría de estudiantes para másteres, Oficina para la Diversidad UCM, etc.</p> <p>Lengua de impartición: español</p>
<p>Posibilidades y expectativas que promuevan el desarrollo profesional o investigador del título.</p> <p><i>Características del título relacionadas con el desarrollo de la carrera profesional o investigadora, tanto en el ámbito nacional como internacional</i></p>	<p>Al finalizar el máster, los estudiantes encontrarán las siguientes salidas profesionales relacionadas con el área de Marketing: Responsable de Marketing (CMO), Responsable de Marketing y Comunicación, Responsable Comercial (CCO), Responsable de Producto o “Product Manager”, Responsable de Marca o “Brand Manager”, Responsable de Categoría o “Category Manager”, Responsable de Gestión de Clientes (CRM), Responsable en Departamentos de Ventas o “Key Account Sales Manager”, Responsable de Marketing Digital, Consultor de Marketing, Analista de Datos de Marketing, Técnico de Marketing, y Técnico de Investigación de Mercados. Además, el “Máster Universitario en Marketing” fomentará la iniciativa empresarial, de modo que los estudiantes puedan poner en marcha sus propios proyectos de negocio.</p> <p>El programa del “Máster Universitario en Marketing” está diseñado para equipar a los estudiantes con las habilidades y conocimientos necesarios para destacar en sus carreras profesionales. Al completar el programa, los estudiantes serán capaces de:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> a) Desarrollar una comprensión profunda de las teorías y conceptos del marketing, lo que les permite analizar escenarios de mercados complejos y desarrollar estrategias de marketing efectivas. b) Adquirir experiencia práctica con herramientas de marketing innovadoras, como analítica avanzada de datos, gestión de redes sociales, etc. c) Desarrollar habilidades en comunicación y liderazgo, lo que les permitirá colaborar efectivamente con colegas y liderar equipos interfuncionales. d) Mejorar su capacidad crítica y resolutive, lo que les permitirá desarrollarse de forma efectiva en un entorno en constante evolución y tomar decisiones informadas. <p>Es importante subrayar que los estudiantes tendrán la opción de cursar prácticas académicas externas en empresas de reconocido prestigio, a través de los convenios de la Universidad Complutense de Madrid. Esto permitirá un contacto directo con la práctica profesional e introducirse en departamentos de marketing de empresas de reconocido prestigio. Además, los estudiantes realizarán su Trabajo Fin de Máster (TFM) aportando soluciones a los retos a los que se enfrentan las empresas e instituciones del tejido productivo e institucional de la Comunidad de Madrid.</p>
<p>Demanda potencial e interés social del título:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para empresas e instituciones si es de orientación profesional. - Aportación a la investigación y viabilidad para la producción científico-tecnológica y de transferencia del conocimiento a la sociedad y específicamente al tejido institucional y empresarial (si es de carácter investigador). <p><i>Perfiles a los que se dirige el Título propuesto y justificación de la demanda e impacto socioeconómico (si es de orientación profesional) o líneas de investigación de la Universidad a la que se vincula el título (en caso de ser de orientación investigadora).</i></p>	<p>En la Comunidad de Madrid hay cuatro universidades públicas que ofrecen títulos de máster relacionados con el ámbito del marketing. Sin embargo, según los datos publicados por la Universidad Autónoma de Madrid, la demanda de este tipo de programas de marketing supera en siete veces a la oferta disponible (https://www.uam.es/Economicas/presentacion-mmk-cont-final/1446843906303.htm?language=es&nodepath=Presentacion?n). Además, en la Comunidad de Madrid se encuentran siete universidades privadas que imparten contenidos relacionados con el título que se propone, como Instituto de Empresa (IE University), U. Nebrija, Esic University, entre otras.</p> <p>El “Máster Universitario en Marketing” se dirige a graduados con conocimientos introductorios en el ámbito de la empresa y el marketing, junto con las bases necesarias en economía y estadística, o estudios equivalentes, y que tengan interés en la disciplina.</p> <p>El interés social del título es el de la enseñanza de un posgrado universitario en Marketing adaptada al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que responda al reto de dar respuesta, desde la Universidad, a las necesidades empresariales de un mundo globalizado para formar</p>

	<p>especialistas competentes en la toma de decisiones de marketing. El enfoque del programa proporcionará a sus estudiantes las habilidades necesarias para impulsar el crecimiento empresarial y la competitividad. En términos de impacto socioeconómico, el programa incidirá en tres aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) La contribución al desarrollo de la economía nacional y regional, aportando profesionales altamente capacitados.b) El fomento de la colaboración entre la academia y el tejido productivo e institucional, facilitando la transferencia de conocimientos y la innovación constante.c) El posicionamiento de la universidad pública como eje principal de la investigación y la formación en marketing. <p>De forma más específica, el “Máster Universitario en Marketing” proporcionará a sus estudiantes las competencias y habilidades más avanzadas en marketing estratégico, marketing digital, investigación de mercados, comportamiento del consumidor, analítica avanzada de datos, métodos de fijación de precios, gestión de canales de distribución, o diseño de estrategias de comunicación, desde una perspectiva crítica, e incentivando la creatividad en todos los procesos.</p> <p>Además, este título ofrece un plan de estudios equilibrado e innovador que forma a los graduados en competencias y habilidades que se están demandando a nivel nacional, pero también a nivel internacional. Todos los informes públicos o privados coinciden en el auge del marketing como disciplina fundamental para el desarrollo de empresas e instituciones para los próximos años. Por ejemplo, el informe “Empleos en auge” (LinkedIn, 2024), desarrollado por la red social profesional LinkedIn, que supera los diez millones de usuarios en España, entre las 25 profesiones de más crecimiento, destacan seis relacionadas con el área de marketing (Key Account Sales Manager, Representante de Ventas, Customer Manager, Responsable de Marketing Digital, Especialista en Medios, y Responsable de Ventas Internacionales). Además, menciona otras tres que entran dentro del ámbito del máster propuesto: ingeniero de datos, ingenieros de inteligencia artificial, y responsables de crecimiento, que pueden aumentar su generación de valor si incluyen una formación en marketing.</p> <p>Son especialmente relevantes los datos aportados por el informe “The Future of Jobs”, publicado por el Foro Económico Mundial (2023), en el que se prevé un crecimiento de entre dos y cuatro millones de puestos relacionados con la tecnología digital, como especialistas en comercio electrónico, en transformación digital, y en</p>
--	---

	<p>estrategia y marketing digital. Por otra parte, el pensamiento analítico y el pensamiento creativo siguen siendo competencias clave de desarrollo para los próximos años, y aquellas competencias que más crecen son la Inteligencia Artificial y el Análisis de Datos, así como las habilidades de liderazgo e influencia social.</p> <p>Otras competencias que destacan en este tipo de informes son el diseño y la experiencia del usuario, el marketing y los medios de comunicación, o el análisis en marketing y la estrategia digital. Todas estas competencias estratégicas se desarrollarán en el programa previsto en todos los módulos de manera transversal y de forma específica en el módulo 3 (“Formación transversal aplicada al marketing”).</p>
<p>Carácter innovador y diferencial del título dentro de las líneas estratégicas y de investigación de la universidad y, en su caso, en consonancia con el Sistema Madrileño de Universidades, Ciencia e Innovación (SMUCI).</p> <p><i>Indicación de los rasgos diferenciales con otras titulaciones similares y aportación al mapa universitario y de líneas de investigación.</i></p>	<p>El valor diferencial de este título se establece a partir de tres elementos fundamentales:</p> <ol style="list-style-type: none"> En primer lugar, su carácter híbrido, que no ofrece ninguno de los títulos similares entre las universidades públicas madrileñas. Este modelo mixto permitirá flexibilidad a los estudiantes, al disponer de unas asignaturas que se impartirán con metodología presencial y otras asignaturas con metodología virtual, garantizando la plena adquisición de competencias, habilidades y resultados de aprendizaje. En segundo lugar, Se organizarán actividades docentes adicionales, como seminarios, conferencias, actividades espejo, o la utilización de software de simulación de estrategias de marketing, facilitando el seguimiento de todo el alumnado e incentivando el carácter internacional de la docencia, colaborando con profesionales y académicos de universidades extranjeras. En tercer lugar, el tipo de Trabajo Fin de Máster, que consistirá en el desarrollo de un “Proyecto empresarial”, donde los estudiantes buscarán soluciones a retos actuales de empresas reales. <p>Por todo lo anterior, el “Máster Universitario en Marketing” estará en consonancia con el “Sistema Madrileño de Universidades, Ciencia e Innovación”, tanto en su objetivo de potenciar la excelencia del sistema universitario madrileño, como en el de favorecer una inserción de calidad en el mercado laboral por parte de los egresados universitarios.</p> <p>En definitiva, teniendo en cuenta el aumento de la demanda actual y potencial de profesionales del área de marketing, la puesta en marcha de este máster en marketing daría respuesta a las necesidades de desarrollo de empresas e instituciones de cualquier sector de actividad.</p>

<p>Declaración responsable garantizando el cumplimiento de los principios rectores en el diseño de los planes de estudio de los títulos universitarios oficiales, así como de los principios y valores democráticos establecidos en el artículo 4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.</p> <p><i>Aportación de la Declaración responsable.</i></p>	<p>La Universidad Complutense de Madrid garantiza el rigor académico del proyecto formativo, la concordancia con el carácter especializado del ciclo donde se inscribe el título, la coherencia de sus objetivos formativos, las competencias que se persiguen, los sistemas de evaluación establecidos y su compresibilidad social.</p> <p>Del mismo modo, velará por el compromiso hacia los valores democráticos, la cultura de la paz y de la participación, la igualdad efectiva entre hombres y mujeres, la igualdad de oportunidades y de trato sin discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, tal y como se recogen en los Estatutos de la Universidad y en las Competencias Transversales de todas nuestras titulaciones.</p>
<p>Declaración responsable que recoja el compromiso de respeto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de conformidad al artículo 35.2 de la Ley 7/2021, de 20 de mayo.</p> <p><i>Aportación de la Declaración responsable.</i></p>	<p>La Universidad Complutense de Madrid garantiza el compromiso de respeto a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35.2 de la Ley 7/2021, de 20 de mayo, de Cambio Climático y Transición Energética.</p>

3. CRITERIOS ECONÓMICOS

<p>Universidades Públicas: memoria que recoja los costes en materia de personal e inversiones en nuevas infraestructuras necesarias para la implantación completa del título.</p> <p><i>Propuesta de memoria económica.</i></p>	<p>El título será impartido con los recursos humanos con los que ya cuenta la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UCM.</p> <p>El Máster contará con la colaboración del Departamento de Marketing adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, como principal implicado en el título, y la de dos departamentos más de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: el Departamento de Organización de Empresas, y el Departamento de Economía Financiera y Actuarial y Estadística, que disponen de un número suficiente de profesores para impartir esta nueva titulación.</p> <p>No será necesaria ninguna inversión en infraestructuras (aulas de clase, aulas de informática, redes informáticas, software científico, bases de datos, biblioteca, instalaciones deportivas, etc.), ni de otros recursos de apoyo, ya que se cuenta con todos los recursos necesarios para la impartición del título (oficina de prácticas, servicios bibliográficos, software especializado, etc.).</p>
<p>Universidades Privadas: declaración responsable donde figure el compromiso de reserva de los costes</p>	



**Comunidad
de Madrid**

de nuevo profesorado y de las nuevas infraestructuras que sean necesarios al efecto.

- *¿Se precisa contratación de nuevo profesorado o nuevas infraestructuras?*

Sí

No

- *En caso afirmativo, aportar declaración responsable sobre análisis económico de los costes, plan de inversiones y recursos económicos disponibles.*