



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



Máster Universitario
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

MARKETING

MÁSTER UNIVERSITARIO MARKETING

Campo de estudio: **Ciencias Económicas, Administración y Dirección de Empresas, Márquetin, Comercio, Contabilidad y Turismo**

Centro responsable: **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid (UCM)**

www.ucm.es/master-marketing/

Orientación: **académica**

Créditos: **60 ECTS**

Duración: **1 curso
(2 semestres)**

Modalidad: **semipresencial/
híbrida**

OBJETIVOS

El Máster Universitario en Marketing tiene como objetivo formar profesionales altamente especializados, capaces de diseñar, implementar y liderar estrategias de marketing en entornos competitivos, digitales y en constante evolución.

Nuestro programa te proporciona una visión integral del marketing, combinando estrategia, análisis de datos, herramientas digitales y sostenibilidad, para que puedas tomar decisiones sólidas en contextos reales y dinámicos.

El plan de estudios está diseñado para ofrecerte:

- Conocimientos profundos y actualizados para analizar y resolver situaciones complejas vinculadas al mercado, la competencia y el consumidor.
- La adquisición de competencias avanzadas en marketing estratégico y operativo, apoyadas en herramientas teóricas, metodológicas y analíticas para una toma de decisiones rigurosa y orientada a resultados.
- Del desarrollo de habilidades directivas y de gestión a través de un modelo híbrido que combina docencia presencial y virtual.

DESTINATARIOS

El Máster Universitario en Marketing está diseñado para titulados universitarios que desean impulsar su desarrollo profesional o académico en el ámbito de la comercialización, investigación y gestión de mercados a través de un programa de un año (60 ECTS).

Está especialmente dirigido a graduados en Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Periodismo, Comercio, Turismo, Economía, Investigación de Mercados y titulaciones afines. Asimismo, pueden acceder titulados en ingenierías u otras áreas técnicas que acrediten conocimientos básicos en marketing y gestión empresarial.

Dado que el máster no contempla complementos formativos, el perfil de ingreso será el de 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. En concreto, se establece que los estudiantes deberán acreditar en su formación previa al menos 6 ECTS en materias introductorias del ámbito de la empresa o del marketing y 3 ECTS en materias de estadística, cursados en el programa de asignaturas de titulaciones oficiales o de cursos especializados.

La admisión se realizará mediante un proceso de selección que valorará:

- El expediente académico.
- La adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa.
- Otros méritos académicos y profesionales.

Todo ello conforme a la normativa vigente de la Universidad Complutense de Madrid.

¿POR QUÉ ESTUDIAR ESTE MÁSTER?

El Máster Universitario en Marketing es un máster oficial público que ofrece una formación avanzada y especializada para comprender y gestionar el marketing como una función estratégica clave en cualquier organización.

Destaca por ser el primer máster híbrido de la UCM, combinando lo mejor del aprendizaje presencial —interacción directa, debate, *networking*— con la flexibilidad y autonomía de la docencia virtual. Un modelo innovador que responde a las demandas reales del mercado sin renunciar al rigor y la calidad académica.

El programa te prepara para desenvolverte en entornos reales siendo capaz de:

- Analizar mercados complejos y dinámicos.
- Comprender en profundidad el comportamiento del consumidor.
- Diseñar e implementar estrategias de marketing eficaces en entornos digitales, competitivos y globales.
- Integrar la toma de decisiones basada en el análisis de grandes datos, la innovación y la sostenibilidad.

Cursar con éxito este máster proyectará tu formación profesional en áreas como:

- Dirección y gestión de marketing.
- Investigación de mercados.
- *Branding* y comunicación.
- Marketing digital y analítica de datos.
- Consultoría estratégica y gestión comercial.

ESTRUCTURA

El Máster Universitario en Marketing se organiza en cuatro módulos que combinan fundamentos sólidos, visión estratégica, especialización y aplicación práctica.

- Módulo 1. Fundamentos de Marketing y Análisis del Mercado (14 ECTS obligatorios): Entorno de marketing; Análisis y comportamiento del consumidor.

- Módulo 2. Marketing Estratégico (20 ECTS obligatorios): Estrategias de marketing generales; Estrategias de marketing específicas; Plan de marketing aplicado.
- Módulo 3. Formación Transversal Aplicada al Marketing (8 ECTS obligatorios y hasta 12 ECTS optativos) y Prácticas Académicas Externas.
- Módulo 4. Trabajo Fin de Máster (6 ECTS)

Los estudiantes deberán cursar un total de 60 ECTS distribuidos en 11 asignaturas obligatorias, 5 asignaturas optativas (incluyendo las Prácticas Académicas Externas) y el Trabajo Fin de Máster.

No existen itinerarios cerrados, lo que permite al estudiantado configurar su formación, seleccionando asignaturas optativas según sus intereses y su futura orientación profesional o académica.

PLAN DE ESTUDIOS

| TIPO DE ASIGNATURA | ECTS |
|-----------------------|-----------|
| Obligatorias | 42 |
| Optativas | 12* |
| Trabajo Fin de Máster | 6 |
| Total | 60 |

* Incluye 6 ECTS de Prácticas Académicas Externas.

| ASIGNATURAS OBLIGATORIAS | ECTS | SEMESTRE |
|--|------|----------|
| Módulo de Fundamentos de Marketing y Análisis del Mercado | | |
| Comportamiento de Consumidores y Clientes | 5 | 1º |
| Entorno de Marketing | 4 | 1º |
| Métodos de Investigación en Marketing | 5 | 1º |
| Módulo de Marketing Estratégico | | |
| Estrategias de Comunicación | 4 | 1º |
| Estrategias de Segmentación y Posicionamiento (virtual) | 4 | 1º |
| Política de Distribución y Gestión de Ventas (virtual) | 4 | 1º |
| Política de Producto y Gestión de Marcas (virtual) | 4 | 1º |
| Estrategias de Fijación de Precios | 2 | 2º |
| Plan de Marketing Aplicado (virtual) | 2 | 2º |
| Módulo de Formación Transversal Aplicada al Marketing | | |
| Habilidades Directivas en Marketing | 4 | 2º |
| Marketing Digital (virtual) | 4 | 2º |
| ASIGNATURAS OPTATIVAS | ECTS | SEMESTRE |
| Módulo de Formación Transversal Aplicada al Marketing | | |
| <i>Data Analytics</i> | 3 | 2º |
| Innovación y Nuevas Tecnologías en Marketing (virtual) | 3 | 2º |
| Marketing Internacional y <i>Cross-cultural</i> (virtual) | 3 | 2º |
| Marketing Social y Sostenible | 3 | 2º |
| Prácticas Académicas Externas | 6 | 2º |
| TRABAJO FIN DE MÁSTER | ECTS | SEMESTRE |
| Trabajo Fin de Máster | 6 | 2º |



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



una-europa.eu

Másteres UCM



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Campus de Somosaguas

economicasyempresariales.ucm.es

Para más información: www.ucm.es/master-marketing/

Abril de 2026. Pendiente de aprobación.

www.ucm.es

