

ACTA N° 24 DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING, CORRESPONDIENTE A LA REUNIÓN EXTRAORDINARIA DEL 15 DE MAYO DE 2025

Siendo las 11:15 horas del día 15 de mayo se reúnen, a través de videoreunión por la plataforma ZOOM, los miembros de la Comisión que se mencionan al final del acta para tratar el siguiente ORDEN DEL DÍA:

1. Propuesta de Anexos I, II y III del Convenio Específico para el Reconocimiento de una Doble Titulación Interuniversitaria Internacional entre la Maestría en Dirección y Mercadotecnia de UPAEP y el Máster Universitario en Dirección de Marketing de la UEx.

TRANSCURSO DE LA SESIÓN

- 1. Propuesta de Anexos I, II y III del Convenio Específico para el Reconocimiento de una Doble Titulación Interuniversitaria Internacional entre la Maestría en Dirección y Mercadotecnia de UPAEP y el Máster Universitario en Dirección de Marketing de la UEx.**

Se informa que a principios de marzo la Directora de internacionalización de estudios de la UEx y la Vicedecana de relaciones interuniversitarias de la Facultad se pusieron en contacto con el Coordinador y el Secretario de esta Comisión para indicarles que había que renovar el convenio de doble masters que existía con la UAPEP (Puebla, México), adaptándolo, además, a la nueva normativa que rige estos convenios.

Toda la documentación correspondiente se distribuyó entre los miembros de esta comisión para que se valorase y se pudiese trabajar en conjunto en la elaboración de la propuesta para rellenar los anexos I, II y III del nuevo convenio. Esta propuesta es la que se trae para aprobar oficialmente por la Comisión de Calidad del Master y que se adjunta como anexo a esta acta.

Se procede a la votación y se aprueba por unanimidad dicha propuesta, quedando el Coordinador de la Comisión en remitírsela a la Directora de internacionalización de estudios y a la Vicedecana de relaciones interuniversitarias de la Facultad.

Sin más asuntos que tratar, se da por finalizada la reunión a las 11:30h.

Asistentes:

Chamorro Mera, Antonio. Secretario
Díaz Méndez, Montserrat. Vocal Profesora
López Sánchez, José Ángel. Coordinador

ANEXO: DOCUMENTACIÓN APROBADA

Anexo 1

Asignaturas a cursar por el alumnado de la Universidad de UPAEP en el Máster Universitario en Dirección de Marketing de la Universidad de Extremadura.

Asignatura	Año	Semestre	Créditos ECTS
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO	1º	1º	6
DIRECCIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	1º	1º	6
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	1º	1º	6
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y PRECIO	1º	1º	6
TÉCNICAS Y APLICACIONES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1º	2º	6
OPTATIVA 1 DE LA MISMA ESPECIALIDAD	1º	2º	6
TRABAJO FIN DE MÁSTER	1º	2º	6

ANEXO 2

Asignaturas a cursar por el alumnado de la Universidad de Extremadura en la Maestría en Dirección y Mercadotecnia de la Universidad de UPAEP.

Asignatura	Año	Semestre	Créditos ECTS
MICROECONOMÍA DE LA COMPETITIVIDAD	1º	1º	6
INTELIGENCIA DE MERCADOS	1º	1º	6
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	1º	1º	6
DIRECCIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO	1º	2º	6
A ELEGIR UNA ASIGNATURA ENTRE MARKETING Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL O MERCADOTECNIA ELECTRÓNICA EN LA GLOBALIZACIÓN	1º	2º	6
LIDERAZGO TRANSFORMADOR	1º	2º	6
HABILIDADES PARA LA TOMA DE DECISIONES	1º	2º	6

ANEXO 3

Tabla de reconocimientos de asignaturas de la Maestría en Dirección y Mercadotecnia de la Universidad de UPAEP en el Máster Universitario en Dirección de Marketing de la Universidad de Extremadura.

Máster Universitario en Dirección de Marketing (UEx)		Maestría en Dirección y Mercadotecnia de la Universidad de UPAEP	
1º año			Curso
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO	1S	SIN EQUIVALENCIA	1
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	1S	INTELIGENCIA DE MERCADOS	1

DIRECCIÓN DE PRODUCTO Y MARCA	1S	SIN EQUIVALENCIA	1
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	1S	SIN EQUIVALENCIA	1
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y PRECIO	1S	SIN EQUIVALENCIA	1
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING	2S	DIRECCIÓN DE MARKETING ESTRATÉGICO	1
TÉCNICAS Y APLICACIONES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2S	SIN EQUIVALENCIA	1
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	2S	SIN EQUIVALENCIA	1
PUBLICIDAD Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS	2S	SIN EQUIVALENCIA	1
MARKETING SECTORIAL	2S	SIN EQUIVALENCIA	1
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO	2S	MARKETING Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL	1
COMERCIO Y MARKETING ONLINE	2S	MERCADOTECNIA ELECTRÓNICA EN LA GLOBALIZACIÓN	1
DIRECCIÓN DE VENTAS Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA	2S	SIN EQUIVALENCIA	1
SIN EQUIVALENCIA	1S	MICROECONOMÍA DE LA COMPETITIVIDAD	1
SIN EQUIVALENCIA	1S	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	1
SIN EQUIVALENCIA	1S	DIRECCIÓN COMERCIAL	1
SIN EQUIVALENCIA	1S	MÉTRICAS Y EFICACIA DEL MARKETING	1
SIN EQUIVALENCIA	1S	MARKETING GLOBAL / INTERNACIONAL	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	CONSUMO, CULTURA Y MERCADOS	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	MARKETING, RELACIONES, EXPERIENCIAS Y SERVICIOS	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	LABORATORIO DE (CO) CREACIÓN DE VALOR	1
TRABAJO FIN DE MÁSTER	2S	TESIS DE MAESTRÍA	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	ESTANCIA	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	TRABAJO PRÁCTICO	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	LIDERAZGO TRANSFORMADOR	1
SIN EQUIVALENCIA	2S	HABILIDADES PARA LA TOMA DE DECISIONES	1