



MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN APLICADA

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

**Universidad de Sevilla
Curso 2025/2026**

[Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada | Portal Universidad de Sevilla \(us.es\)](https://master.us.es/mumiaus/)
<https://master.us.es/mumiaus/>

ÍNDICE

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MÁSTER

- 1.1. Órgano responsable del Programa /Coordinador del Programa.*
- 1.2. Unidades participantes (Universidades, Departamentos, Institutos Universitarios, etc.).*
- 1.3. Títulos que se otorgan dentro del Programa. Para cada uno de ellos:*
 - 1.3.1. Denominación del Título.*
 - 1.3.2. Orientación o enfoque (Profesional, Investigador, Académico-Mixto).*
 - 1.3.3. Número de créditos.*

2. INTRODUCCIÓN

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

5. ESTRUCTURA DEL MÁSTER

6. PRÁCTICAS PROFESIONALES

7. COORDINACIÓN ACADÉMICA DEL MÁSTER

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MÁSTER

1.1 Órgano responsable del Programa /Coordinador del Programa

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla.

1.2 Unidades participantes (Universidades, Departamentos, Institutos Universitarios, etc.)

Departamento de Administración de Empresas y Marketing
Departamento Lenguajes y Sistemas Informáticos
Departamento de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial
Departamento de Psicología Social
Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones
(Universidad de Sevilla)

1.3 Títulos que se otorgan dentro del Programa. Para cada uno de ellos:

1.3.1 Denominación del Título

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN APLICADA

1.3.2 Orientación o enfoque (Profesional, Investigador, Académico-Mixto)

Enfoque Académico-Mixto.

1.3.3 Número de créditos

60 ECTS

2. INTRODUCCIÓN

El desarrollo y avance de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), están provocando un **cambio sustancial en la disciplina del marketing**, surgiendo la necesidad de formar profesionales del área que tengan competencias en múltiples disciplinas como el manejo de herramientas para la gestión y manipulación de **grandes bases de datos, aplicaciones de la inteligencia artificial en el marketing, digitalización, herramientas de neurociencias** aplicadas al marketing y por supuesto técnicas más clásicas de gestión y **estrategias de marketing y dirección de equipos** de personas provenientes de **áreas multidisciplinares**. Estas innovaciones tecnológicas y de gestión nos han llevado a organizar un máster en el ámbito del marketing que contemple todos estos aspectos, y que conlleve la participación en el mismo de profesores de áreas diversas como lenguajes y sistemas informáticos, economía financiera y contabilidad, psicología social, organización de empresas y por supuesto, marketing. Para ello, un elemento clave, a nuestro juicio, para ofrecer un buen servicio es contar con profesorado muy implicado en los estudios de Máster, avalado por su brillante experiencia tanto docente como investigadora, siempre pioneros en los temas más novedosos y a la

vanguardia de las metodologías y técnicas de investigación más actuales.

Asimismo, estos estudios dotan al alumno de los conocimientos necesarios para desarrollar su **posterior carrera investigadora**, recibiendo formación tanto conceptual como metodológica. Debido a la vinculación del Marketing con el mundo empresarial, de las Administraciones Públicas y de las entidades no lucrativas, se hace necesario el desarrollo de un máster como el aquí presentado, con una necesidad de innovación, lo que exige potenciar la investigación universitaria.

Entre los trabajos con demandas emergentes, y, por tanto, con un **futuro más brillante**, se encuentran especialistas en Product Marketing, Digital Marketing, Advertising y Retail Sales. Esta tendencia se da a nivel mundial y también en todos los sectores económicos, lo que indica una necesidad por parte de las instituciones educativas de formar a expertos de alta especialización en estas áreas.

Por tanto, la **misión** del título se enraíza en el compromiso con la **formación especializada, tanto a nivel profesional como investigador en el ámbito del marketing**, de forma que se responda a la necesidad social de especialistas universitarios con una sólida formación para la toma de decisión y para la investigación en marketing, incorporando todas las nuevas tendencias que se requieren en el campo profesional y científico del marketing.

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

El objetivo prioritario es formar profesionales, analistas e investigadores que compaginen el rigor de sus conocimientos teóricos con excelentes habilidades en el manejo de datos empíricos y una capacidad de análisis de problemas relevantes en los ámbitos de la gestión y dirección de marketing e investigación de mercados.

Para lograr dicho objetivo, se combinan la excelencia investigadora y experiencia académica del Departamento de Administración de Empresas y Marketing y del Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones, ambos en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; y los departamentos de Psicología Social, de Lenguajes y Sistemas Informáticos y de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial, todos de la Universidad de Sevilla.

Esta formación de posgrado permitirá al estudiante: a) obtener una formación de alto nivel en gestión de marketing e investigación de mercados con la incorporación de técnicas y herramientas para la investigación cualitativa y cuantitativa; b) desarrollar habilidades de análisis e interpretación de los datos y la información proveniente del mercado; y c) capacitación en técnicas de investigación y conocimiento de las tendencias del marketing para su desarrollo profesional o para la realización del programa de doctorado en Gestión Estratégica y Negocios Internacionales en las líneas de investigación relativas al marketing y la investigación de mercados.

Otros objetivos formativos que se pretenden alcanzar con este máster son los siguientes:

- Despertar el interés investigador en los alumnos para que algunos puedan iniciar la carrera investigadora. De esta forma, conseguir que algunos se matriculen en alguno de los programas de doctorado que ofrece la Universidad de Sevilla dentro del área de

empresa y negocios.

- Fomentar la reflexión y el pensamiento crítico en el diagnóstico y el desarrollo de soluciones a problemas de marketing que puedan surgir en las diversas organizaciones donde podrían trabajar.

- Fomentar la comunicación de conclusiones, así como de los conocimientos y fundamentos que las sustentan, de forma clara y sin ambigüedades a diferentes audiencias.

- Haber desarrollado las habilidades que les permitan un aprendizaje permanente, continuo, de forma autónoma y orientado hacia la mejora continua.

Las asignaturas ofertadas y su asignación por módulos, así como el carácter obligatorio u optativo, se pueden ver en el siguiente cuadro:

Módulo/Materia	Asignaturas	Tipo	ECTS
I. MARKETING Y ESTRATEGIA	Estrategias de marketing y dirección comercial	Optativa	4
	Investigación de marketing	Optativa	4
	Creación de empresas e Innovación	Optativa	4
	Estrategias de Marketing avanzadas	Obligatoria	6
	Estrategias y técnicas de segmentación y posicionamiento	Obligatoria	6
	Tendencias de consumo	Optativa	4
	Marketing Digital	Optativa	4
	Estrategia empresarial avanzada	Obligatoria	6
	Plan de marketing en la práctica	Optativa	4
II. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS AL MARKETING	Técnicas de investigación cualitativa en entornos comerciales	Obligatoria	4
	Técnicas de neurociencias aplicadas al marketing	Optativa	4
	Técnicas de exploración de datos	Optativa	4
	Introducción a la minería de datos	Obligatoria	4
	Técnicas de análisis confirmatorio-predictivo de datos	Optativa	4
	Aplicaciones de la minería de datos a la investigación de mercados	Optativa	4
	Ciencia de Datos aplicada al marketing con R	Optativa	4
	Habilidades para la investigación aplicada en marketing	Obligatoria	4
III. TRABAJO FIN DE MÁSTER	Prácticas externas en empresas	Optativa	4
	Realización del TFM	Obligatoria	10

Los proyectos docentes de cada asignatura que conforma el plan de estudios podrán consultarse en los siguientes enlaces:

- [Proyectos docentes asignaturas Primer Cuatrimestre](#)
- [Proyectos docentes asignaturas Segundo Cuatrimestre](#)

Las asignaturas: (a) Estrategias de marketing y dirección comercial, (b) Investigación de marketing, y (c) Creación de empresas e Innovación se establecen como complementos formativos para aquellos estudiantes cuya formación inicial no provenga del ámbito de conocimiento al que se adscribe el título (empresa), por lo que tendrán para ellos el carácter de asignaturas obligatorias.

4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en

entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

- Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Adquirir habilidades para la comunicación oral, escrita y no verbal.
- Aumentar la capacidad para la toma de decisiones.
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Adquirir la capacidad para el razonamiento crítico y autocrítico.
- Promover y fomentar el espíritu emprendedor.
- Identificar actitudes y capacidad para fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.
- Formar a futuros doctores para que repercutan científicamente en los grupos de investigación que se integran en nuestras universidades.
- Conocer la tecnología y los futuros entornos actualizando las competencias profesionales.

5. ESTRUCTURA DEL MÁSTER

El presente máster tiene una duración prevista de 60 créditos ECTS. La docencia se estructurará en ocho meses (octubre 2025 a abril 2026). El calendario de clases presenciales se extiende cada curso desde octubre a abril, de lunes a viernes en horario de tarde (17-21 horas) en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, con la siguiente distribución:

- Octubre 2025 - enero 2026: 18 créditos de tres asignaturas obligatorias (cada asignatura equivale a 6 créditos) y 24 créditos de seis asignaturas optativas (cada una equivale a 4 créditos).
- Febrero 2026 – abril 2026: 12 créditos de tres asignaturas obligatorias y 20 créditos de 5 asignaturas optativas.
- A partir de febrero de 2026: 10 créditos de trabajo de investigación/fin de Máster.

6. DEFENSA DE TRABAJO FIN DE MÁSTER

El trabajo debe estar depositado en la Secretaría del Centro, con el visto bueno del tutor/a, en las fechas estipuladas por el Centro.

Tercera Convocatoria (matriculados del curso anterior): del 19 al 23 de enero de 2026.

Primera Convocatoria: del 1 al 5 de junio de 2026.

Segunda Convocatoria:

1ª opción: del 29 de junio al 3 de julio de 2026.

2ª opción: del 19 al 23 de octubre de 2026.

Link (web Facultad Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla):

<https://fceye.us.es/sites/economicas/files/contenido/estudios/trabajo-fin-master/2025-26/Fecha%20dep%C3%B3sito%20TFM%202025-26.pdf>

7. PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se ofrecen Prácticas externas de 4 créditos no obligatorios, se ofrecerán un máximo de 10 prácticas, que podrán ser solicitadas por los alumnos que lo deseen. Si hay más de 10 solicitudes, la preferencia se hará en función de las notas obtenidas por los alumnos en las asignaturas del primer cuatrimestre, de forma que los alumnos que tengan una mayor nota media de las asignaturas del primer cuatrimestre tendrán preferencia al elegir las prácticas.

Las prácticas profesionales serán desarrolladas en empresas e instituciones públicas o privadas que tengan firmado un convenio de colaboración con la universidad de Sevilla.

Esta materia se debe cursar siguiendo un programa previamente establecido y supervisado por el tutor profesional y el tutor académico, y será evaluada conforme a unos criterios propios que permitan valorar los resultados del aprendizaje. Las actividades por realizar estarán relacionadas con las competencias, contenidos y habilidades del título de máster.

Estas prácticas no implican ninguna relación laboral por parte de la institución o empresa que acoge al estudiante.

La información genérica de la Universidad de Sevilla sobre la gestión de las prácticas externas se encuentra disponible en:

[Normativa de Prácticas Académicas Externas de la Universidad de Sevilla.](#)

La normativa aplicable a las prácticas externas de las titulaciones oficiales adscritas a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla se rige por el siguiente reglamento:

REGLAMENTO APLICABLE A PRÁCTICAS EXTERNAS (FCEYE).

Más información en los siguientes enlaces:

Programa de Prácticas en Empresas FCEYE_US
Secretariado de Prácticas en Empresa y Empleo de la US

8. COORDINACIÓN ACADÉMICA DEL MÁSTER

La comisión académica del Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada está integrada por los siguientes profesores:

Dr. Ángel Francisco Villarejo Ramos (Coordinador)
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados

Dr. Francisco Javier Rondán Cataluña (Coordinador)
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados

Dr. Manuel Jesús Sánchez Franco
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados

Dr. Jesús Manuel López Bonilla
Catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados

Dra. M^a Ángeles Revilla Camacho
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados

Dr. José María León Rubio
Catedrático de Psicología Social

Dra. Isabel de los Ángeles Nepomuceno Chamorro
Profesora Titular de Lenguajes y Sistemas Informáticos