

## "El máster aporta herramientas que facilitan la práctica laboral" - Mediterráneo - 04/04/2017

Universitat

Jaume I

# «El máster aporta herramientas que facilitan la práctica laboral»

**Sandra Tena Monferrer**

Máster en Márketing e Investigación de Mercados

REDACCIÓN  
especiales@epmediterraneo.com  
CASTELLÓN

**--¿Por qué decidiste estudiar este máster?**

–Después de finalizar la titulación en ADEM, consideré interesante profundizar en el área que más interés me había generado: el márketing. Con el objetivo de dedicarme en un futuro a ello profesionalmente, decidí estudiar este máster y especializarme en comercialización e investigación de mercados.

**--¿Qué te ha aportado?**

–La principal aportación ha sido la amplia variedad de herramientas y técnicas de márketing. Posee una orientación muy práctica en la que se plantean diversos escenarios en los que hay que tomar decisiones. Esto permite adquirir conocimientos acerca de las diferentes situaciones que se pueden plantear, así como de las acciones que pueden desarrollarse. Ayuda a crear unos cimientos sobre los que comenzar a construir tu carrera profesional en el ámbito de la comercialización.

**--¿Qué aspectos destacarías?**

–La estructuración y metodología. Ofrece un primer semestre más general, en el que se tratan aspectos como las habilidades directivas, la planificación estratégica o la aplicación de nuevas tecnologías en márketing. En el segundo semestre se puede escoger entre cuatro itinerarios espe-



►► Sandra Tena, junto a la directora del máster, Rosa María Rodríguez.

cíficos, según las preferencias de cada alumno. En mi caso, escogí la especialidad en investigación de mercados en la que profundicé en los diseños y técnicas de investigación comercial.

**--¿Por qué lo recomendarías?**

–Trabajar en este campo requiere una capacidad de reacción y adaptación y poder conocer gran variedad de herramientas y haber trabajado sobre casos prácti-

cos proporciona la base que hace germinar esas habilidades tan necesarias. Este máster aporta una visión práctica para enfrentarse a un entorno empresarial tan competitivo y cambiante.



**Sandra Tena**

TITULADA DEL MÁSTER

«La principal aportación ha sido la amplia variedad de herramientas y técnicas de márketing»

**--¿Qué aplicaciones prácticas has encontrado al estudiar este máster?**

–Se pueden identificar dos líneas claramente diferenciadas. Por un lado, el máster abre la puerta a los estudios de doctorado, a la rama científica. Pudiendo escoger entre varias líneas de investigación, como comportamiento del consumidor, pequeño comercio o márketing bancario. Por otro lado, el ciclo forma buenos profesionales capaces de desarrollar tareas de márketing, comunicación, logística o investigación de mercados en cualquier tipo de organización. ≡

DAMIÁN LLORENS