

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Dirección de Marketing

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Modalidad: Online

Contenidos:

Tema 1: Toma de decisiones sobre el producto

Tema 2: Toma de decisiones sobre precios y estrategias de fijación de precios

Tema 3: Toma de decisiones sobre distribución

Tema 4: Toma de decisiones sobre comunicación

Tema 5: Plan de marketing

Competencias:

- G12. - Redactar informes o documentos relativos al área.
- G15. - Leer y comunicarse en el ámbito profesional en más de un idioma.
- G16. - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones.
- G19. - Poseer iniciativa y espíritu emprendedor.
- G3. - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las materias propias de la administración y dirección de empresas.
- G4. - Aplicar los conocimientos a la práctica.
- G6. - Capacidad para tomar decisiones.
- G7. - Capacidad para trabajar en equipo y coordinar actividades.
- G8. - Poseer competencias para la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información.
- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Competencias específicas:

- E11. - Conocer el funcionamiento de cualquiera de las áreas funcionales de una empresa y desempeñar con soltura cualquier labor.
- E30. - Elaborar y redactar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados.
- E31. - Redactar proyectos de gestión global de las empresas y organizaciones.
- E32. - Capacidad para diseñar productos y servicios desde la perspectiva de las necesidades del consumidor.
- E33. - Capacidad para elaborar un plan de marketing.
- E34. - Capacidad para solucionar problemas relacionados con el marketing.
- E35. - Capacidad para dirigir, formar y motivar a un equipo de ventas.
- E36. - Capacidad para crear relaciones con los clientes por encima de las situaciones de intercambio.
- E9. - Conocer y aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de problemas económicos, empresariales y sus áreas funcionales

Actividades Formativas:

| Actividad Formativa | Horas | Presencialidad |
|----------------------------|--------------|-----------------------|
| Clases expositivas | 48 | 50 |
| Clases prácticas | 12 | 75 |
| Trabajo autónomo | 88 | 0 |
| Exámenes | 2 | 100 |

Metodologías docentes:

- Clases expositivas: Actividades introductorias, Sesiones magistrales, Conferencias, etc. -
- Clases prácticas: Resolución de ejercicios, Seminarios, Debates, Presentaciones/exposiciones, etc.
- Trabajo autónomo: Individual: Lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático de los temas, reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información.
- En grupo: Puesta en común y discusión de lecturas y reflexiones en torno al material para la realización de tareas.

Sistema de Evaluación:

| Sistemas de evaluación | Ponderación mínima | Ponderación máxima |
|--|---------------------------|---------------------------|
| Modelo 2. Análisis de experiencias y realización de actividades formativas | 20 | 20 |
| Modelo 2. Informes sobre temas relacionados con la materia | 30 | 30 |
| Modelo 2. Examen | 50 | 50 |