

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2019-2020

ASIGNATURA: Plan de Marketing

PROFESOR(ES): Prof. D. Emiliano Mata Verdejo

CURSO: 4

TPO: OP

CÓDIGO: 019802316

CRÉDITOS ECTS: 4,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2019

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA:

TITULACIÓN:

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 26/09/2019 12:13:53

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Que entiendas el rol de la función comercial en la empresa, su importancia para la determinación del futuro de la misma, y su imbricación dentro del proceso de la dirección estratégica

Que entiendas la importancia que el entorno tiene en el devenir de la empresa, y como la empresa debe alinear sus esfuerzos para sacar partido de las oportunidades que el entorno nos brinda.

Que conozcas las técnicas básicas para gestionar productos, y sus efectos sobre los resultados de la empresa.

Que aprendas a formular un plan de marketing que sirva para alcanzar los objetivos especificados, con especial énfasis en la internacionalización de la empresa

Prácticos

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Al completar la asignatura el alumno:

Puede identificar misión, estrategia y el proceso de la DEE y conoce todas las actuaciones consecuentes en el área comercial

Puede analizar entornos/mercados/competencia de dificultad mediana

Sabe cómo elaborar un Plan de Marketing en diversas situaciones y empresas

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

1.- El Enfoque de Marketing en la Dirección de la Empresa

2.- Entorno de Marketing

3.- Cuantificación y Segmentación de Mercados

4.- Técnicas para la Gestión de Carteras

5.- Plan de Marketing

6.- Decisiones básicas en la Estrategia Comercial

7.- Estrategias según Posición Competitiva

8.- La expansión internacional

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Será proporcionada directamente en clase por el profesor

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La asignatura, que complementa la parte teórica con múltiples ejemplos, se desarrollará con una gran interacción entre el profesor y los alumnos, que llevarán a cabo una serie de actividades tanto individuales como en grupo reducido y el grupo completo.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Los alumnos serán evaluados de forma individualizada, de acuerdo con el siguiente criterio:

- § 50% como concepto de evaluación continua, en función de la asistencia, y los ejercicios prácticos (individuales y grupales)
- § 50% por el examen de la asignatura

Para poder aplicar la ponderación, el alumno deberá haber obtenido una calificación mínima de cuatro puntos en el examen, y superar los mínimos de asistencia establecidos.

Evaluación continua en convocatoria extraordinaria: en el caso de estudiantes que, en convocatoria ordinaria, se hayan presentado al examen final, tengan suspensa la evaluación continua y hayan realizado alguna actividad en la misma, la calificación de la evaluación continua en la convocatoria extraordinaria será la calificación final de la convocatoria ordinaria.

Para cualquier consulta o solicitud de tutoría con el profesor, póngase en contacto a través del siguiente correo electrónico: emiliano.mata@kairosds.com

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa