

27440 - Dirección de márketing

Información del Plan Docente

Año académico: 2022/23

Asignatura: 27440 - Dirección de márketing

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 417 - Graduado en Economía

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

El objetivo fundamental de esta asignatura es transmitir al alumno la importancia que tiene la dirección de Marketing en las organizaciones empresariales y no empresariales. En la actualidad, más que nunca, es importante que los estudiantes de economía tengan conocimientos sobre cómo se desarrollan las estrategias de marketing dentro las organizaciones, siendo capaces de utilizar la investigación de mercados como herramienta de apoyo al desarrollo de dichas estrategias.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia para contribuir en cierta medida a su logro

- Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico
- Objetivo 12: Producción y consumo responsables

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura Dirección de Marketing es una materia optativa de 5 ECTS que se imparte en el primer semestre del cuarto curso del Grado en Economía. Dicha asignatura ofrece al alumno una formación complementaria en Marketing, como continuación a la formación básica adquirida en la asignatura del segundo semestre de primer curso del módulo "Empresa" denominada Fundamentos de Marketing.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para realizar la asignatura se recomienda haber cursado la asignatura Fundamentos de Marketing. Además, para un adecuado aprovechamiento de la misma es recomendable asistir regularmente a las clases teóricas y prácticas participando activamente en las mismas. Además, es aconsejable el estudio continuado de los temas y la realización de las actividades prácticas.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Competencias específicas

CE4. Conocer los contextos en los que trabaja (economía, sector, mercado y empresa).

CE8. Aportar racionalidad al análisis y a la descripción de la realidad económica.

- CE9. Evaluar consecuencias de distintas alternativas de elección e identificar las mejores dadas los objetivos.
CE10. Emitir informes de asesoramiento sobre sectores de la economía.
CE12. Integrarse en la gestión de las empresas y de las administraciones públicas.

Competencias transversales

- CG1. Capacidad de análisis y de síntesis.
CG2. Capacidad para la resolución de problemas.
CG3. Capacidad de razonamiento autónomo.
CG7. Capacidad de comunicarse con fluidez con su entorno.
CG8. Capacidad para trabajar en equipo.
CG15. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica.

2.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- Explicar el papel de la dirección de organizaciones así como las funciones asignadas a la misma.
- Conocer el proceso de investigación de mercados como herramienta fundamental en el desarrollo de la estrategia de marketing.
- Identificar y analizar las decisiones que toman las organizaciones con respecto a las cuatro variables que configuran la estrategia de marketing: producto, precio, distribución y comunicación.
- Explicar la aplicación de la estrategia de marketing en organizaciones no empresariales.
- Desarrollar de manera individual y/o en grupo, las actividades prácticas relacionadas con los contenidos de la asignatura.
- Comunicar y defender adecuadamente de forma oral y/o escrita las actividades prácticas desarrolladas a lo largo de la asignatura.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

En la actualidad el marketing se aplica tanto en las organizaciones empresariales como en las no empresariales. Por ello, tener un conocimiento del mismo puede ayudar a los futuros graduados a su incorporación en el mercado laboral. Además, la perspectiva eminentemente práctica con que se imparte la asignatura permite que el estudiante desarrolle habilidades de creatividad, comunicación y trabajo en equipo, fundamentales para cualquier graduado.

3. Evaluación

3.1. Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

En la **PRIMERA CONVOCATORIA**, se proponen dos sistemas de evaluación:

1. **Evaluación continua** que requiere que el alumno forme parte de un grupo de trabajo. Los grupos los formarán los alumnos antes de la fecha indicada en el programa de la asignatura, entregándole al profesor una ficha de grupo rellena con los nombres de todos sus componentes. El tamaño de los grupos se comunicará a los alumnos dependiendo del número total de alumnos matriculados.

La evaluación continua incluirá las siguientes actividades de evaluación del aprendizaje:

- **A1.- Elaboración y presentación de trabajo I (2 puntos)**. Esta actividad se realizará en grupo y en ella se aplicarán los conocimientos adquiridos en el tema de investigación de mercados. La calificación máxima de dicha actividad será de 2 puntos, siendo 1,5 puntos la valoración del documento escrito y 0,5 puntos la de la presentación en clase.

- **A2.- Elaboración y presentación de trabajo II (2 puntos)**. Esta actividad se realizará en grupo y en ella se aplicarán los conocimientos adquiridos en los temas de la asignatura. La calificación máxima de dicha actividad será de 2 puntos, siendo 1,5 puntos la valoración del documento escrito y 0,5 puntos la de la presentación en clase.

- **A3.- Discusión de lecturas y casos (1 punto)**. Esta actividad se realizará de manera individual y en ella los alumnos tendrán que realizar un comentario crítico de noticias, casos y ejemplos prácticos relacionados con los contenidos de la asignatura. La calificación máxima de dicha actividad será de 1 punto, siendo 0,7 puntos la valoración de los documentos escritos y 0,3 puntos la de la discusión en el aula.

- **A4.- Prueba escrita (5 puntos)**. Se trata de una prueba individual valorada con una calificación máxima de 5 puntos. Dicha prueba consistirá en una serie de preguntas sobre los aspectos teóricos, teórico-prácticos y prácticos desarrollados en las clases teóricas (clases magistrales con participación activa del estudiante) y prácticas (ejercicios, casos prácticos, lecturas, trabajos, etc.). Esta prueba tendrá un formato tipo test y se realizará a final del semestre.

La fecha prevista de entrega y realización de las actividades descritas se indicará en el programa de clase que se publicará en el ADD y el servicio de reprografía del Centro. Para que el alumno pueda ser evaluado a través del sistema de evaluación continua es necesario que obtenga al menos las siguientes puntuaciones mínimas en cada una de las actividades:

A1: puntuación mínima 0,5 puntos. A2: puntuación mínima 0,5 puntos. A3: puntuación mínima 0,25 puntos. A4: puntuación mínima 1,25 puntos.

Además, para superar la asignatura por el sistema de evaluación continua será necesario que la suma de las calificaciones obtenidas en las tres actividades sea igual o superior a 5 puntos.

El incumplimiento de alguna de estas condiciones hará que el alumno deba ser evaluado a través del sistema global. Aquellos alumnos que no hayan realizado el sistema continuo, que no hayan superado la asignatura por dicho sistema o que quieran mejorar su calificación, podrán realizar la prueba global.

1. **Evaluación Global:** Se trata de un examen escrito individual valorado con una calificación máxima de 10 puntos. Dicho examen consistirá en una serie de preguntas sobre los aspectos teóricos, teórico-prácticos y prácticos desarrollados en las clases teóricas (clases magistrales con participación activa del estudiante) y prácticas (ejercicios, casos prácticos, lecturas, trabajos, etc.). El examen adoptará un formato de preguntas abiertas. Este examen se celebrará según el calendario de exámenes acordado por la Comisión de Docencia.

Para superar la asignatura es necesario obtener una puntuación de al menos 5 puntos.

En la **SEGUNDA CONVOCATORIA**, la evaluación se realizará únicamente mediante un examen escrito individual. Este examen seguirá las mismas características que las establecidas para el sistema de evaluación global en la primera convocatoria.

En cualquier caso, tanto en los trabajos como en la prueba y los exámenes se valorará el grado de acierto con que se responda a las preguntas planteadas, la ausencia de errores formales y la claridad y el orden en la presentación de resultados. Igualmente podrá valorarse la reflexión y el aporte de ideas que haya detrás de cada trabajo o intervención, así como la participación activa en el desarrollo de las actividades.

Si en algún momento la evaluación no pudiera realizarse de forma presencial, se realizará de forma semipresencial u online. Se utilizará el software necesario para comprobar la originalidad de las actividades realizadas, y todo intento de plagio o de copia supondrá la calificación de 0 puntos en la actividad correspondiente. En cualquier prueba el estudiante podrá ser grabado, pudiendo este ejercer sus derechos por el procedimiento indicado en:

https://protecciondatos.unizar.es/sites/protecciondatos.unizar.es/files/users/lopd/gdocencia_reducida.pdf

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

La metodología docente de las clases teóricas se basa en la lección magistral por parte del profesor. En ellas se desarrollarán los principales conceptos teóricos, empleando para su mejor comprensión por parte del alumno ejemplos de actualidad que permitan además la participación de los asistentes.

Las clases prácticas son fundamentalmente participativas, por lo que el alumno asume el principal papel dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. Así, a partir de los materiales propuestos por el profesor, el alumno deberá reflexionar y debatir sobre ellos, aplicando los conceptos teóricos previamente desarrollados.

A través de las tutorías y o seminarios se irán preparando y profundizando en los trabajos propuestos, aclarando las dudas que puedan surgir.

El trabajo personal, individual y en grupo, que desarrolle el alumno es el que determina la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos. Es necesario que dicho trabajo se centre en la preparación de la prueba escrita, en la lectura de los materiales complementarios, en la resolución de los ejercicios propuestos, y en la realización y defensa pública de los mismos.

Si en algún momento la actividad docente no pudiera realizarse de forma presencial, se realizará de forma telemática.

4.2. Actividades de aprendizaje

Las actividades de aprendizaje se desarrollarán en las clases teóricas y prácticas:

En las clases teóricas expositivas se presentarán los conceptos fundamentales de la asignatura, estructurados en temas. El profesor hará una presentación formal del tema correspondiente, que el estudiante deberá asimilar y ampliar a través de los recursos que se recomienden. El profesor pondrá a disposición de los estudiantes, a través del ADD, material docente que

ayude a seguir las explicaciones teóricas. Dicho material es un resumen de los aspectos más importantes de la asignatura, constituyendo un elemento de apoyo y nunca sustitutivo de los contenidos vistos en clase. En este sentido, para poder ampliar los conocimientos adquiridos así como los ejemplos prácticos en los que se aplican es muy recomendable la asistencia a clase. Se espera que las clases teóricas sean participativas, y en ellas se resuelvan dudas y se establezcan, en ocasiones debates. Los temas que se abordarán en estas sesiones serán los que figuran en el programa.

En las clases prácticas se trabajarán diversos recursos relacionados con los temas de la asignatura, puestos a disposición de los alumnos a través del ADD y/o en el aula. Además de la prueba escrita, durante estas clases tendrá lugar la resolución de ejercicios, la discusión crítica de lecturas, noticias y casos, el seguimiento de trabajos y presentaciones orales. Es recomendable que los alumnos acudan a estas clases con el material al menos leído. Se pretende fomentar la participación y el debate.

La metodología docente está previsto que sea presencial. No obstante, si fuese necesario por razones sanitarias, las clases presenciales podrán impartirse online.

En el horario de tutorías se pretende solucionar, de manera personalizada, las posibles dudas que tenga el estudiante.

4.3. Programa

TEMA 1. LA DIRECCIÓN DE MARKETING

- 1.1 Definiciones de marketing
- 1.2 Conceptos básicos de marketing
- 1.3 La dirección comercial en las organizaciones

TEMA 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- 2.1 Concepto y aplicaciones
- 2.2 Etapas del proceso de investigación de mercados
- 2.3 Planificación y diseño de la investigación de mercados
- 2.4 Elaboración del cuestionario

TEMA 3. DECISIONES SOBRE PRODUCTO

- 3.1 Concepto y tipos de producto
- 3.2 Atributos del producto
- 3.3 Estrategias de marca
- 3.4 El ciclo de vida del producto
- 3.5 Desarrollo de nuevos productos

TEMA 4. DECISIONES SOBRE PRECIO

- 4.1 La función del precio en la estrategia de marketing
- 4.2 Métodos de fijación de precios
- 4.3 Estrategias de precios

TEMA 5. DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

- 5.1 La variable distribución en la estrategia de marketing
- 5.2 Los canales de distribución
- 5.3 Formas comerciales
- 5.4 Tendencias generales en la distribución

TEMA 6. DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

- 6.1 Concepto y función de la comunicación en marketing
- 6.2 El proceso de planificación de la comunicación
- 6.3 Instrumentos de comunicación

TEMA 7. MARKETING NO EMPRESARIAL

- 7.1 La ampliación del concepto del marketing
- 7.2 Marketing no lucrativo y público
- 7.3 Marketing social
- 7.4 Marketing político

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

En el programa de la asignatura publicado en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro se pondrá a disposición de alumno el calendario previsto de las actividades evaluables. Cualquier modificación en las fechas previstas será comunicada por el profesor responsable a través del ADD.

Las clases se iniciarán y finalizarán siguiendo el calendario oficial aprobado por la Universidad de Zaragoza y las fechas fijadas por la Facultad de Economía y Empresa. Las fechas clave de la asignatura se fijarán de acuerdo al calendario académico y al horario establecido por el Centro.

La asignatura se estructura en clases teóricas (clases magistrales con participación activa del estudiante) y clases prácticas (actividades prácticas como son: ejercicios, casos prácticos, lecturas, seguimiento de trabajos, etc.). En el apartado 3 se detallan concretamente las actividades de evaluación del aprendizaje programadas para la asignatura. Al comienzo del curso se pondrá a disposición de los alumnos en el ADD y en el servicio de reprografía del Centro, el programa de la asignatura en el que se recogerá el calendario previsto en el que se detallan las fechas clave de las actividades de evaluación.

Las fechas oficiales de las pruebas globales aparecerán publicadas por el Centro con antelación suficiente para todas las convocatorias.

Horarios de tutoría

El horario de tutorías se encuentra disponible en el tabón de anuncios del departamento.

Recursos Web

Se utilizará el Anillo Digital Docente de la Universidad de Zaragoza <http://add.unizar.es>. Se recuerda a los alumnos que sus claves de acceso al ADD son proporcionadas por la Secretaría del Centro al matricularse.