

## 27633 - Marketing estratégico

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2023/24

**Asignatura:** 27633 - Marketing estratégico

**Centro académico:** 109 - Facultad de Economía y Empresa

**Titulación:** 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

**Créditos:** 5.0

**Curso:** 4

**Periodo de impartición:** Primer semestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

Asignatura de especialización en marketing. En las asignaturas previas, la atención se ha centrado en aspectos específicos de la estrategia de marketing como investigación de mercados, decisiones sobre producto, etc. En esta asignatura se abordan todos estos conceptos de forma integrada destacando la necesidad de que las decisiones de marketing que se tomen en la organización formen parte de la estrategia de marketing global de la empresa.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con las Metas 4.3 y 4.4 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas ( <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>).

### 2. Resultados de aprendizaje

- Conocer y aplicar los aspectos básicos de la estrategia de marketing de la organización.
- Ser capaz de identificar y comprender las estrategias desarrolladas por las empresas que actúen como líderes del mercado.
- Conocer los aspectos básicos de la estrategia de las empresas que actúan como retadoras, seguidoras o las que desarrollan una estrategia de especialista en nichos.
- Identificar y diferenciar los aspectos más relevantes de la estrategia de marketing de la organización.
- Ser capaz de desarrollar la planificación estratégica de marketing de una organización.
- Resolver y desarrollar de manera individual y/o en grupo, actividades y trabajos relacionados con los contenidos de la materia.
- Comunicar de forma oral y escrita los resultados de las actividades y trabajos realizados.

### 3. Programa de la asignatura

Tema 1.- Introducción al marketing estratégico.

Tema 2.- Estrategias de marketing del líder del mercado.

Tema 3.- Estrategias de empresas retadoras.

Tema 4.- Estrategias de empresas seguidoras.

Tema 5.- Estrategias de especialistas en nichos.

### 4. Actividades académicas

*Clases teóricas:* sesiones en las que el profesor responsable expone los contenidos. Proporcionarán los conocimientos teóricos necesarios, acompañándose de ejemplos prácticos que faciliten la comprensión y aplicación de los conceptos estudiados.

*Clases teórico-prácticas:* comentario de casos prácticos, vídeos o lecturas y la realización, presentación o discusión de ejercicios prácticos.

*Prueba de evaluación* escrita, con preguntas teóricas de desarrollo y/o de carácter teórico-práctico, sobre todos los contenidos vistos en clase.

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

### 5. Sistema de evaluación

PRIMERA CONVOCATORIA. Los alumnos pueden superar la asignatura a través de dos sistemas de evaluación: continuo y global.

En el sistema de Evaluación Continua se deberán realizar, a lo largo del semestre, las siguientes actividades:

T1 (Test): Prueba individual (15% de la calificación). Tras las presentaciones de las clases teóricas se realizará un test para confirmar su grado de comprensión de los contenidos tratados.

T2 (Prácticas en grupo): Resolución de casos o comentario de lecturas en grupos (30% de la calificación).

T3 (Trabajo de Identificación de Ejemplos): Trabajos prácticos en grupo consistentes en la identificación de ejemplos alternativos a los tratados en clase (25% de la calificación). Serán entregados por escrito y presentados en clase.

T4 (Trabajo Final): Trabajos en grupos tutorizado y centrado en temas relacionados con la asignatura (30% de la calificación).

Para superar la asignatura por el sistema continuo se deben realizar TODAS las actividades y obtener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10.

Aquellos alumnos que no realicen la evaluación continua o que no superen la calificación mínima requerida o que deseen mejorar su nota deberán realizar la prueba escrita global (PE) en la fecha oficial establecida por el Centro. Dicha prueba versará sobre todos los contenidos desarrollados en la asignatura. Para superar la asignatura se debe obtener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10.

SEGUNDA CONVOCATORIA. Los alumnos pueden superar la asignatura a través del sistema global previamente descrito. Esto es, prueba escrita global (PE) en la fecha oficial establecida por el Centro. Dicha prueba versará sobre todos los contenidos desarrollados en la asignatura. Para superar la asignatura se debe obtener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10.