

## 61752 - Bases teóricas en márketing

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 61752 - Bases teóricas en márketing

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

**Titulación:** 555 - Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Créditos:** 6.0

**Curso:** 1

**Periodo de impartición:** Primer semestre

**Clase de asignatura:** Obligatoria

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

El objetivo es el de transmitir conocimiento y competencias, así como de fomentar el desarrollo de habilidades, relativas a la capacitación del estudiante para adquirir el conocimiento sobre el marketing y sus líneas de investigación, haciendo hincapié en las emergentes; saber manejar lo aprendido para poder contribuir al conocimiento científico. El alumno debe disponer de conocimientos básicos de dirección de empresas y marketing y que posea un nivel de inglés suficiente.

### 2. Resultados de aprendizaje

Una vez finalizada la asignatura, el estudiante deberá:

- Conocer la evolución de las principales corrientes de investigación en la disciplina de marketing
- Conocer los métodos de investigación utilizados en marketing
- Ser capaz de explicar las principales tendencias de investigación en Marketing
- Ser capaz de comunicar de forma oral y escrita los resultados de las actividades, lecturas y trabajos realizados.

### 3. Programa de la asignatura

1. La disciplina del Marketing. Evolución y Líneas de investigación.
2. Difusión del conocimiento y líneas de investigación en el área.
  - 2.1. El enfoque de marketing en la productividad
  - 2.2. Respuestas del consumidor ante las nuevas tecnologías
  - 2.3. Respuestas del consumidor ante los medios de comunicación

### 4. Actividades académicas

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- Clase presencial y discusión del contenido (30 horas; presencialidad 100%).
- Presentación y discusión de lecturas y trabajos (120 horas; presencialidad 25%).
- Tutorías.

Estas actividades se desarrollan impartiendo sesiones teóricas y sesiones prácticas. En las primeras, el profesor responsable expone el contenido de la materia fomentando en todo momento la participación del alumnado. El material estará a disposición del alumnado en el ADD y complementa, que no sustituye, a los apuntes que se tomen en clase. En las clases prácticas presenciales es donde se realizarán la presentación y discusión de artículos de investigación.

### 5. Sistema de evaluación

En PRIMERA CONVOCATORIA hay dos sistemas de evaluación:

1. La evaluación continua:
  - Trabajo T1: Comentario de artículos de investigación. El estudiante deberá trabajar a lo largo del curso varios artículos que se discutirán en clase. Estas actividades se realizarán de forma individual (50% de la calificación final).
  - Trabajo T2: Esta actividad práctica consistirá en la realización de trabajos. Los trabajos serán expuestos oralmente en clase (50% de la calificación final).
2. Evaluación global. Examen teórico-práctico de 10 puntos (con preguntas de desarrollo y/o test).

En SEGUNDA CONVOCATORIA se llevará a cabo una prueba global similar a la realizada en primera convocatoria.

Para aprobar la asignatura, será necesario obtener al menos 5 puntos en la calificación total (T1 + T2), o en la prueba global.

Se valorará el nivel de conocimiento y la capacidad de utilizar en diferentes contextos los conceptos y herramientas estudiados, así como el acierto en las preguntas planteadas. Además, se valorará la capacidad para integrar y sintetizar los conocimientos adquiridos. En los trabajos se valorará además la presentación y defensa en clase. Se tendrá en cuenta la ausencia de errores formales y la claridad.

## **6. Objetivos de Desarrollo Sostenible**

5 - Igualdad de Género

8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico

12 - Producción y Consumo Responsables