

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M233 - Marketing Social y No Lucrativo

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2019-2020

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología y Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	M233 - Marketing Social y No Lucrativo				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	ANGEL HERRERO CRESPO				
E-mail	angel.herrero@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO PROFESORES ASOCIADOS Y FORMACION (C230)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las características generales de las organizaciones con objetivos sociales y no lucrativos.
- Conocer los aspectos fundamentales de la gestión de marketing de una organización no lucrativa
- Saber utilizar los medios de promoción en economía social y no lucrativa

4. OBJETIVOS

Conocimiento de los aspectos relacionados con la gestión de marketing en las organizaciones sociales y no lucrativas, comprendiendo su especificidad en cuanto a objetivos, públicos y técnicas de gestión comercial.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE	
CONTENIDOS	
1	Marketing social y marketing no lucrativo: Conceptos y objetivos
2	El Mercado de las organizaciones sin ánimo de lucro
3	Producto y oferta de valor en las organizaciones sin ánimo de lucro
4	Comunicación en las organizaciones sin ánimo de lucro

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual (tipo test)	Examen escrito	No	Sí	40,00
Trabajo en grupo (Casos prácticos de organizaciones no lucrativas)	Trabajo	No	Sí	60,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evaluarán con un examen escrito que consistirá en una prueba única teórica y práctica del cien por cien de la asignatura.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
BÁSICA
Balas, M. (2011). La gestión de la comunicación en el Tercer Sector. ESIC
Fernández, S. (2007). Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas. Editorial Narcea
Pérez, L.A. (2004). Marketing social: Teoría y Práctica. Pearson Educación

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.