

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

M233 - Marketing Social y No Lucrativo

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)
Optativa. Curso 1

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	

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Conocimientos generales Marketing estratégico y operativo.

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

Competencias Genéricas

Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas en el ámbito comercial de una empresa para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.

Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece

Comunicación oral y escrita. Consiste en la aptitud para saber transmitir eficazmente a la audiencia lo que se desea. El estudiante deberá ser capaz de elaborar y redactar informes de asesoramiento y proyectos técnicos aplicables a la realidad de la empresa, además de adquirir cualidades para conseguir una exposición oral adecuada

Compromiso ético en el trabajo. Competencia que hace alusión a la búsqueda del bien moral de uno mismo y/o de la empresa y organización en la que desempeña su actividad laboral

Competencias Específicas

Dirigir y gestionar el departamento de marketing de una organización. El Postgraduado en Dirección de Marketing debe poseer las aptitudes y actitudes necesarias para coordinar y tomar decisiones que conduzcan al logro de los objetivos planteados en el área comercial o de marketing

Capacidad para coordinar la política de comunicación empresarial. Capacidad para planificar e implementar, de acuerdo con los objetivos de la empresa, las diferentes técnicas de comunicación personal e impersonal a disposición de las organizaciones

Competencias Básicas

Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

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.

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES

ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
- Teoría (TE)	10
- Prácticas en Aula (PA)	10
- Prácticas de Laboratorio (PL)	
- Horas Clínicas (CL)	
Subtotal horas de clase	20
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
- Tutorías (TU)	3
- Evaluación (EV)	1,5
Subtotal actividades de seguimiento	4,5
Total actividades presenciales (A+B)	24,5
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
Trabajo en grupo (TG)	12
Trabajo autónomo (TA)	26
Tutorías No Presenciales (TU-NP)	
Evaluación No Presencial (EV-NP)	
Total actividades no presenciales	38
HORAS TOTALES	62,5

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS		TE	PA	PL	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	Marketing social y marketing no lucrativo: Conceptos y objetivos	2,50	2,50	0,00	0,00	0,70	0,30	3,00	6,50	0,00	0,00	1
2	El Mercado de las organizaciones sin ánimo de lucro	2,50	2,50	0,00	0,00	0,75	0,40	3,00	6,50	0,00	0,00	2
3	Producto y oferta de valor en las organizaciones sin ánimo de lucro	2,50	2,50	0,00	0,00	0,75	0,40	3,00	6,50	0,00	0,00	3
4	Comunicación en las organizaciones sin ánimo de lucro	2,50	2,50	0,00	0,00	0,80	0,40	3,00	6,50	0,00	0,00	4
TOTAL DE HORAS		10,00	10,00	0,00	0,00	3,00	1,50	12,00	26,00	0,00	0,00	

Esta organización tiene carácter orientativo.

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PL	Horas de prácticas de laboratorio
CL	Horas Clínicas
TU	Horas de tutoría
EV	Horas de evaluación
TG	Horas de trabajo en grupo
TA	Horas de trabajo autónomo
TU-NP	Tutorías No Presenciales
EV-NP	Evaluación No Presencial

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN														
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%										
Examen individual (tipo test)	Examen escrito	No	Sí	40,00										
<table border="1"> <tr> <td>Calif. mínima</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Duración</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fecha realización</td> <td>Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)</td> </tr> <tr> <td>Condiciones recuperación</td> <td>Examen individual (convocatoria extraordinaria)</td> </tr> <tr> <td>Observaciones</td> <td></td> </tr> </table>		Calif. mínima	0,00	Duración		Fecha realización	Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)	Condiciones recuperación	Examen individual (convocatoria extraordinaria)	Observaciones				
Calif. mínima	0,00													
Duración														
Fecha realización	Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)													
Condiciones recuperación	Examen individual (convocatoria extraordinaria)													
Observaciones														
Trabajo en grupo (Casos prácticos de organizaciones no lucrativas)	Trabajo	No	Sí	60,00										
<table border="1"> <tr> <td>Calif. mínima</td> <td>0,00</td> </tr> <tr> <td>Duración</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fecha realización</td> <td>Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)</td> </tr> <tr> <td>Condiciones recuperación</td> <td>Examen individual (convocatoria extraordinaria)</td> </tr> <tr> <td>Observaciones</td> <td>"Los trabajos prácticos en grupo consistirán en el desarrollo de casos prácticos sobre empresas no lucrativas, sobre los cuáles se plantearán una serie de cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura. La evaluación de los trabajos prácticos se calculará como la media de las notas de todos los casos prácticos realizados."</td> </tr> </table>		Calif. mínima	0,00	Duración		Fecha realización	Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)	Condiciones recuperación	Examen individual (convocatoria extraordinaria)	Observaciones	"Los trabajos prácticos en grupo consistirán en el desarrollo de casos prácticos sobre empresas no lucrativas, sobre los cuáles se plantearán una serie de cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura. La evaluación de los trabajos prácticos se calculará como la media de las notas de todos los casos prácticos realizados."			
Calif. mínima	0,00													
Duración														
Fecha realización	Al finalizar la asignatura (convocatoria ordinaria)													
Condiciones recuperación	Examen individual (convocatoria extraordinaria)													
Observaciones	"Los trabajos prácticos en grupo consistirán en el desarrollo de casos prácticos sobre empresas no lucrativas, sobre los cuáles se plantearán una serie de cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura. La evaluación de los trabajos prácticos se calculará como la media de las notas de todos los casos prácticos realizados."													
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	
Complementaria	
Abascal, F. (2005) Marketing social y ética empresarial. ESIC	

9. SOFTWARE				
PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS	
<input checked="" type="checkbox"/> Comprensión escrita	<input type="checkbox"/> Comprensión oral
<input type="checkbox"/> Expresión escrita	<input type="checkbox"/> Expresión oral
<input type="checkbox"/> Asignatura íntegramente desarrollada en inglés	
Observaciones	