GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

779 - Fundamentos de Marketing

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)
Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)
Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA) Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas			Tipología y Curso	Optativa. Curso 1 Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	COMPLEMENTOS DE FORMACIÓN				
Código y denominación	779 - Fundamentos de Marketing				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre		Cuatrimestral (1)	
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	JOSE MANUEL FERNANDEZ POLANCO
E-mail	jm.fernandez@unican.es
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E250)
Otros profesores	

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender y saber identificar las herramientas de marketing, tanto estratégico como operativo

4. OBJETIVOS

Se pretende que los alumnos tengan conocimiento básico de los diferentes aspectos vinculados al Marketing. En concreto se persigue:
- Aproximación al Marketing como filosofía de pensamiento, herramienta de análisis y conjunto de técnicas de venta.
- Aproximación al contenido básico de la dimensión estratégica del Marketing.
- Aproximación al contenido básico de las técnicas comerciales.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE	
CONTENIDOS	
1	Concepto y contenido del Marketing
2	Aproximación a la dimensión estratégica del Marketing: entorno, consumidor e investigación comercial
3	Aproximación a las técnicas comerciales: las 4 P's

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Trabajo individual	Trabajo	No	Sí	60,00
Trabajo en Grupo	Trabajo	No	Sí	40,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
Los alumnos deberán obtener una calificación mínima de 5 en ambas pruebas				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evalúan con un examen escrito y una práctica individual siguiendo un guión establecido				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
BÁSICA
Santesmases Mestre, M. (2012): Marketing. Conceptos y Estrategias. Ed. Pirámide, 6ª edicion

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.