

AÑO ACADÉMICO
2018/19

Máster Universitario en Dirección de Empresas

RUCT
4315740

Guía docente

Materia

4. Dirección de Márketing

Datos de la materia

TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6	1º	0%	Español

Contenidos de la
Materia

1. La gestión estratégica del marketing en empresas y organizaciones.
2. La orientación al mercado y la rentabilidad.
3. La información en Markstrat: el mercado y su entorno. 15.00
4. La toma de decisiones empresariales y el plan de marketing: determinación del mercado objetivo y posicionamiento.
5. Las ventajas competitivas y las estrategias genéricas.
6. Las estrategias de desarrollo de nuevos productos.

Resultados de
Aprendizaje de la
Materia

- A. Conocimiento de los elementos que fundamentan una gestión estratégica del marketing.
- B. Conocimiento de las medidas para el análisis de rendimiento basado en el mercado, del Plan de Marketing sobre la rentabilidad, así como de sus desviaciones.
- C. Conocimiento de las funciones del departamento de Marketing en el Markstrat.
- D. Conocimiento de los métodos para la valoración de un mercado objetivo y la determinación de posicionamiento.
- E. Comprensión de las ventajas competitivas y las estrategias genéricas.
- F. Comprensión de los principales modelos de estrategias de desarrollo de nuevos productos.

Competencias

Básicas	Generales	Transversales	Específicas
CB1, CB5	CG1	CT1, CT2	CE7

**Actividades
Formativas de la
Materia**

1.	2.	3.	4.	5.
Actividades Teóricas	Actividades Prácticas	Actividades Individuales	Actividades Colaborativas	Actividades Participativas
Cada unidad contiene:	Cada unidad contiene:	La materia comporta: Una propuesta de trabajo individual, alternativo al grupal, a realizar a través de un aplicativo específico.	La materia comporta: Una propuesta de trabajo en grupo, alternativo al individual, a realizar a través del aplicativo específico.	La materia comporta: Una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres items y a realizar a través del Foro de debate on-line.
1. Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos.	1. Audiovisual descriptivo de los casos prácticos.	O alternativamente, Una propuesta de simulación individual, alternativa a la grupal, a realizar a través del aplicativo específico.	O alternativamente, Una propuesta de simulación en grupo, alternativa a la individual, a realizar a través del aplicativo específico.	
2. Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos.	2. Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver.			
3. Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos.	3. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver.			
4. Test de auto evaluación de 40 preguntas.	4. Solucionario del Caso práctico 1			
	5. Solucionario del Caso práctico 2			

**Sistemas de
Evaluación de la
Materia**

1.	2.	3.	4.	5.
Prueba Presencial: Test de 40 preguntas Valor ponderado: 30% del total	Prueba Presencial: 2 Casos prácticos Valor ponderado: 30% del total	Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total	Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total	Informe de Valoración: 10 Items . Valor ponderado: 10% del total

Profesor/a

Dr. J L Arriaga