Instituto Universitario de Ciencias Empresariales

Centro adscrito a Universidad Camilo José Cela

AÑO ACADEMICO 2025/26

Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

RUCT 4315986

Guía docente

Materia

1. Proceso de Planificación Comercial y Marketing en las Organizaciones

Datos de la materia

TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6.00	1º	0%	Español

Contenidos de la Materia

1. Planificación y dirección estratégicas en el contexto del marketing organizacional.
2. El entorno de marketing.
3. Comportamiento de compra, segmentación de mercados y posicionamiento.
4. El sistema de información y la investigación de marketing
5. Los instrumentos del marketing-mix
6. El plan de marketing: organización, ejecución y control del plan.

Bibliografía de la Materia

1. Ellis, S. & Brown, M. (2018). El método Hacking Growth: Cómo las empresas más inteligentes aprovechan el marketing de contenidos, los datos y la creatividad para multiplicar su crecimiento . Aguilar.
2. Godin, S. (2019). Esto es marketing . Alienta Editorial.
3. Kotler, P. (2021). Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad . Almuzara.
4. Muñiz R. & Muñiz V. (2023). Marketing y Ventas inteligentes en la era digital . Centro de Estudios Financieros.
5. Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011). Generación de Modelos de Negocios . Deusto Editorial.

Resultados de Aprendizaje de la Materia

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

Resultados de aprendizaje

Conocimientos o contenidos	Habilidades o destrezas	Competencias
CN01, CN03, CN04, CN05	HB01, HB02	CM01, CM03, CM04, CM06, CM07

Actividades Formativas de la Materia	1.	2.	3.	4.
	MU DCM - Clases teóricas Metodologías docentes: Videoconferencias, Conferencias y Tutorías. Cada unidad contiene: Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos, Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos, Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos, Test de auto evaluación de 40 preguntas. Horas actividad: entre 5h y 20h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Clases prácticas** Metodologías docentes: Workshops, Casos y Tutorías. Cada unidad contiene: Audiovisual descriptivo de los casos prácticos, Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Horas actividad: entre 5h y 10h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Foros** Metodologías docentes: Debates y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres ítems y a realizar a través del Foro de debate on-line. Horas actividad: 5h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Trabajos Individuales** Metodologías docentes: Simulación, Ejercicios, Trabajos y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de trabajo individual, a realizar a través de un aplicativo especifico. Horas actividad: entre 120h y 130h. Presencialidad: 0%.
Sistemas de Evaluación de la Materia	1.	2.	3.	4.
	Evaluación virtual de contenidos teóricos: resolución de 40 preguntas test. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación virtual de contenidos prácticos. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación de Foros y Tutorías. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 10% del total.	Evaluación de los trabajos. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 30% del total.
Profesor/a	Dr. Edgardo Javier Spivak			