

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Contabilidad y Finanzas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Marketing
(2022 - 2023)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Marketing	Código: 169210907
<ul style="list-style-type: none"> - Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Titulación: Grado en Contabilidad y Finanzas - Plan de Estudios: 2010 (Publicado en 2010-12-16) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Empresas e Historia Económica - Área/s de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> Comercialización e Investigación de Mercados - Curso: 4 - Carácter: optativa - Duración: Primer cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es - Idioma: Castellano 	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Es recomendable haber cursado Sistemas de Información aplicados a la Empresa y Dirección de Empresas.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSE MANUEL RAMOS HENRIQUEZ
- Grupo: UNICO
General <ul style="list-style-type: none"> - Nombre: JOSE MANUEL - Apellido: RAMOS HENRIQUEZ - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

Contacto

- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: jramosh@ull.es
- Correo alternativo: jramosh@ull.edu.es
- Web: <http://www.campusvirtual.ull.es>

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
		Miércoles	09:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4
		Martes	10:00	11:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 2, despacho 4 del módulo 2, del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:30	16:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	4

Observaciones: Las tutorías se localizan en la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, planta 2, despacho 4 del módulo 2, del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

Profesor/a: TATIANA DAVID NEGRE

- Grupo: **TEORÍA**

General - Nombre: TATIANA - Apellido: DAVID NEGRE - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados						
Contacto - Teléfono 1: 922 231 6966 - Teléfono 2: - Correo electrónico: tdavidne@ull.es - Correo alternativo: tdavidne@ull.edu.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	11:30	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	16:30	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones: * Los lunes de 16:00-18:00 se dedicarán solamente a tutorías de coordinación Erasmus.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	- - -	Tutorías Erasmus
Todo el cuatrimestre		Martes	15:00	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones: * Tutorías Erasmus: Reconocidas por el Decanato de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo.						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Comercialización.**

Perfil profesional: **Capacitar al alumnado para analizar y desarrollar estrategias comerciales en el ámbito de la empresa.**

5. Competencias

Específicas

CE-28 - Conocer y comprender los conceptos relativos al área comercial de la empresa, así como poder tomar decisiones en tal sentido desde la óptica del marketing.

Genéricas – Instrumentales

CGI-1 - Analizar y sintetizar la información
CGI-2 - Comunicarse de forma oral y escrita
CGI-5 - Gestionar la información

Genéricas – Personales

CGP-8 - Trabajar en equipo, tanto de carácter interdisciplinar como en un contexto internacional.
CGP-10 - Tener un razonamiento crítico
CGP-11 - Asumir un compromiso ético
CGP-12 - Identificar los componentes básicos y medir factores de desigualdad y vulnerabilidad social, diferencias culturales y procesos conflictivos
CGP-13 - Respetar los derechos fundamentales, la igualdad entre hombres y mujeres, así como los principios de igualdad de oportunidades.

Genéricas – Sistemáticas

CGS-14 - Aprender de forma autónoma
CGS-15 - Adaptarse a las nuevas situaciones
CGS-16 - Ser creativo
CGS-17 - Liderar proyectos y/o equipos de trabajo

Básicas

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Tema 1. Marketing. Creación de valor y compromiso del cliente.
- Tema 2. Análisis del entorno de marketing.
- Tema 3. Comprensión del comportamiento de los consumidores.
- Tema 4. Estrategia de marketing orientada al cliente.
- Tema 5. Productos, servicios y marcas.
- Tema 6. Precios.
- Tema 7. Distribución
- Tema 8. Comunicar el valor para el cliente.
- Tema 9. Plan de marketing.

Nota: los temas 1 al 5 y 9 serán impartidos por Jose M. Ramos. Los temas 6 al 8 serán impartidos por Tatiana David. Las prácticas serán impartidas por Jose M. Ramos.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase lecturas y videos en inglés para mostrar algunos ejemplos de conceptos relacionados con la asignatura. Estos contenidos de videos o lecturas en inglés serán evaluados en español, dentro del conjunto de las preguntas tipo test y/o preguntas de respuesta corta de la parte teórica-conceptual del sistema de evaluación.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:

- Explicación de conceptos de marketing.
- Realización de trabajos y casos prácticos en equipo.
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos, análisis de material audiovisual, entre otros.

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual.

El **desarrollo de casos y trabajos se realizarán en equipo**. Al principio del curso se formarán los equipos de trabajo.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	22,50	0,00	22,5	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]

Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	32,50	0,00	32,5	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	2,00	0,00	2,0	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	35,00	35,0	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	40,00	40,0	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]

Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Alex Osterwalder...[et al.] (2015) Diseñando la propuesta de valor : cómo crear los productos y servicios que tus clientes
KOTLER, P. Y AMSTRONG, G. (2018) Principios de Marketing, 17ª Edición. KOTLER, P. y KELLER, K.L. (2016): Dirección de Marketing, Prentice Hall, 15ª Edición.

Bibliografía Complementaria

ÁNGEL MILLÁN CAMPOS Y OTROS (2013): Dirección comercial. Editorial: ESIC. ESTEBAN TALAYA, AGUEDA Y OTROS (2013) Fundamentos de Marketing. Editorial ESIC. Fundamentos de marketing. Diego Monferrer Tirado. Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I.

http://www.ingebook.com.accedys2.bbt.ull.es/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=6574
JACINTO LLORCA. Cómo vender más en tu tienda en una semana (2017). 3ra ed. Centro Libros PAPP, Gestión 2000.
MUNUERA ALEMÁN, JOSE LUIS Y OTROS (2012): Estrategias de marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección. Editorial: ESIC.

Otros Recursos

<http://www.puromarketing.com/>
En la Hemeroteca de la Universidad de La Laguna
- Revista Distribución y consumo.
- Revista Marketing y Ventas de Deusto.

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Sistema de evaluación:

De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna la modalidad de evaluación en primera convocatoria será preferentemente la evaluación continua. El alumnado que quiera acogerse a evaluación única en primera convocatoria debe solicitarlo debidamente justificado en las fechas establecidas a través del enlace disponible en el aula virtual de la asignatura.

Evaluación continua:

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación.

1) Parte práctica de evaluación continua (a lo largo del curso) (50%)

a) Trabajo en equipo:

1.1) Desarrollo de un Plan de Marketing (tareas, informe, presentación, defensa ...) (40%).

b) Trabajo individual:

1.2) Test del procedimiento y metodología para la elaboración del Plan de marketing (10%).

2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

Evaluación única:

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

1) Parte teórica-conceptual (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

2) Parte práctica (50%)

Resolución de caso práctico sobre un Plan de Marketing (40%).

Test del procedimiento y metodología para la elaboración del Plan de marketing (10%).

Notas adicionales:

(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test tanto de evaluación continua como de evaluación única:

- Las preguntas de tipo test serán con 4 opciones de respuesta múltiple (máximo de 2 opciones correctas). Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 y si sólo se marca una respuesta correcta cuando haya 2 correctas, la pregunta vale el 25%.
- Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.
- Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.
- En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria de forma secuencial.

(2) Convocatorias extraordinarias:

El alumnado que se encuentre en las convocatorias extraordinarias 5ª, 6ª y 7ª, por defecto solo tiene derecho a ser evaluado por un Tribunal, pero si quiere optar por la evaluación continua y que sea calificado por el profesor, tendrá que presentar por Sede Electrónica un documento de renuncia al Tribunal para cada convocatoria según establece el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna con la anticipación que establece el Calendario del Grado de la ULL.

(3) Se mantendrá la nota de la evaluación continúa en la segunda convocatoria.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]	Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas, videos y complementos explicados por el profesor (Para superar la prueba objetiva se exigirá el 50% de las respuestas correctas tipo test multirespuesta.	50,00 %
Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas	[CB3], [CB2], [CGS-17], [CGS-16], [CGS-15], [CGS-14], [CGP-13], [CGP-12], [CGP-11], [CGP-10], [CGP-8], [CGI-5], [CGI-2], [CGI-1], [CE-28]	Diseño, ejecución y defensa de un PLAN DE MARKETING, a partir de una situación simulada. Este trabajo se realizará en grupo para realizar en clase y fuera de clase. Se requerirá en 3 entregas parciales que se defenderá en clase.	50,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

- Desarrollar actividades de planificación comercial
- Entender la filosofía del marketing en la empresa y su aplicación
- Evaluar, elegir y ejecutar las herramientas comerciales adecuadas a los públicos objetivo seleccionados y los objetivos comerciales propuestos
- Presentar y defender un plan de marketing ante responsables empresariales

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

* La distribución de los temas, actividades y pruebas evaluativas, por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente. Así mismo, las horas de trabajo presencial se reducirán en función de los días festivos establecidos en el calendario académico.

Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema 1	Clases teóricas y prácticas.	2.50	6.00	8.50

Semana 2:	Tema 9	Clases teóricas y prácticas. Confección de equipos.	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas. Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del PRIMER entregable parcial del PLAN DE MARKETING.	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas. Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del SEGUNDO entregable parcial del PLAN DE MARKETING. Actividad.	5.75	6.00	11.75
Semana 11:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas. Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del TERCER entregable parcial del PLAN DE MARKETING.	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tutorías	Tutorías	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Examen		3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00