

viu
.es



Guía didáctica

Dirección de Marketing

Título: Grado en Administración y Dirección de Empresas

Módulo: Empresa e investigación de mercados

Créditos: 6 ECTS

Código: GADE

Curso: 2018-2019

Edición: Octubre

GUÍA DIDÁCTICA

Asignatura: Dirección de marketing

Tutorías: A petición del estudiante.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6

Modalidad: Online

Temario:

Tema 1: Toma de decisiones sobre el producto

Tema 2: Toma de decisiones sobre precios y estrategias de fijación de precios

Tema 3: Toma de decisiones sobre distribución

Tema 4: Toma de decisiones sobre comunicación

Tema 5: Plan de marketing

Competencias:

COMPETENCIAS GENERALES

G12. - Redactar informes o documentos relativos al área.

G15. - Leer y comunicarse en el ámbito profesional en más de un idioma.

G16. - Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones.

G19. - Poseer iniciativa y espíritu emprendedor.

G3. - Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las materias propias de la administración y dirección de empresas.

G4. - Aplicar los conocimientos a la práctica.

G6. - Capacidad para tomar decisiones.

G7. - Capacidad para trabajar en equipo y coordinar actividades.

G8. - Poseer competencias para la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información.

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

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 sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

E11. - Conocer el funcionamiento de cualquiera de las áreas funcionales de una empresa y desempeñar con soltura cualquier labor.

E30. - Elaborar y redactar informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados.

E31. - Redactar proyectos de gestión global de las empresas y organizaciones.

E32. - Capacidad para diseñar productos y servicios desde la perspectiva de las necesidades del consumidor.

E33. - Capacidad para elaborar un plan de marketing.

E34. - Capacidad para solucionar problemas relacionados con el marketing.

E35. - Capacidad para dirigir, formar y motivar a un equipo de ventas.

E36. - Capacidad para crear relaciones con los clientes por encima de las situaciones de intercambio.

E9. - Conocer y aplicar criterios profesionales y rigor científico a la resolución de problemas económicos, empresariales y sus áreas funcionales

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	11	0
Clases practicas	11	0
Trabajo autónomo y en grupo	126	0
Exámenes	2	100

Metodologías docentes:

- Clases expositivas: - Actividades introductorias - Sesiones magistrales - Conferencias - Tutorías

- Clases prácticas: - Resolución de ejercicios - Seminarios - Debates - Presentaciones

- Trabajo autónomo: Lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático y reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración

de información. En grupo: Puesta en común y discusión de lecturas y reflexiones en torno al material para la realización de tareas.

- Examen: Pruebas presenciales en las que se mide el nivel de conocimientos adquirido durante el desarrollo de la asignatura.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Modelo 2.- Análisis de experiencias y realización de actividades formativas	20	20
Modelo 2.- Informes sobre temas relacionados con la materia	30	30
Modelo 2 - Examen	50	50