# GUÍA DOCENTE

## DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **MARKETING**
Código: 102614
Plan de estudios: **GRADUADO/A EN GESTIÓN CULTURAL POR LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA** Curso: 2
Materia: EMPRESA
Carácter: BASICA
Duración: PRIMER CUATRIMESTRE
Créditos ECTS: 6.0
Horas de trabajo presencial: 60
Porcentaje de presencialidad: 40.0%
Horas de trabajo no presencial: 90
Plataforma virtual:

## DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: SANTOS ROLDÁN, LUNA MARÍA (Coordinador)
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho:
E-Mail: luna.santos@uco.es Teléfono:
URL web:

Nombre: GARCÍA CARBALLO, CARLOS
Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y
Área: ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Ubicación del despacho:
E-Mail: cgcarballo@uco.es Teléfono:
URL web:

## REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

**Requisitos previos establecidos en el plan de estudios**

Ninguno

**Recomendaciones**

Ninguna especificada

## COMPETENCIAS

| | |
|---|---|
| CB1 | Que los estudiantes hayan demonstrado 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 |
| CG4 | Manejar herramientas informáticas y conocer las nuevas tecnologías |
| CG6 | Promover el liderazgo y la planificación de técnicas específicas de relaciones públicas y protocolo |
| CU2 | Conocer, utilizar y perfeccionar el nivel de usuario en el ámbito de las TICs |
| CE11 | Conocimientos básicos de estadística, diseño de encuestas y técnicas de muestreo aplicados a la gestión cultural. |
| CE17 | Conocimientos básicos de marketing. |

# GUÍA DOCENTE

## OBJETIVOS

Se pretende introducir al estudiante de Gestión Cultural en el ámbito comercial. Por tanto, el objetivo general es que el alumnado alcance unos conocimientos sobre el concepto, función y filosofía de marketing, del mercado y la forma en que éste se segmenta y desarrolla su demanda, sin olvidar el papel del consumidor en el proceso de intercambio. Por otro lado, se introduce al alumno en las principales estrategias de producto, precio, comunicación y distribución que puede seleccionar una empresa. Todo lo anterior se desglosa en una serie de objetivos específicos que pueden concretarse en:

- Introducir al alumno en el concepto de marketing, tanto en sistema de pensamiento como sistema de acción.
- Compresión del papel que desempeña el marketing en la economía y en la empresa.
- Comprender la relación del concepto de marketing con otros como entorno, mercado, demanda, comportamiento de compra, segmentación de mercados, competencia, etc.
- Conocer y entender las principales claves de las decisiones sobre producto, precio, comunicación y distribución.
- Analizar las implicaciones que el desarrollo de las nuevas tecnologías tiene para cada una de las cuatro políticas que componen el mix de marketing.
- Fomentar la capacidad analítica del estudiante a partir de la lectura y discusión de artículos específicos sobre los contenidos de esta materia.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en cada tema a la resolución de casos prácticos y problemas propuestos.

## CONTENIDOS

### 1. Contenidos teóricos

TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

Concepto de marketing. Evolución a lo largo del tiempo. La función comercial en la empresa: contenido y desglose en subfunciones.

TEMA 2: EL ENTORNO Y LA PLANIFICACIÓN DE MARKETING

El entorno de marketing. El microentorno y el macroentorno de marketing. Formulación, implantación y control de la estrategia de marketing.

TEMA 3: EL MERCADO Y LA DEMANDA

Concepto de mercado y clasificación. El concepto de demanda y sus determinantes. Influencia de los factores explicativos sobre la demanda: el concepto de elasticidad. Métodos de medición y de previsión de la demanda.

TEMA 4: EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA EN EL MERCADO DE CONSUMIDORES

Concepto de comportamiento de compra del consumidor. Enfoques clásicos referentes al comportamiento del consumidor. Factores que influyen en el comportamiento (externos e internos). Situaciones de compra. Etapas que componen el proceso de decisión.

TEMA 5: SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO

Concepto de segmentación. Criterios de segmentación. Requisitos de los segmentos de mercado. Estrategias de segmentación. El proceso de segmentación de mercados. Técnicas de segmentación mercados. Posicionamiento: Concepto, tipos y estrategias.

TEMA 6: EL PRODUCTO

El concepto de producto y sus dimensiones. Clasificación de los productos. Identificación del producto: marca y packaging. La cartera de productos: Concepto y dimensiones. El ciclo de vida del producto.

TEMA 7: EL PRECIO DE VENTA

Concepto y características de la variable precio. Factores que influyen en la fijación de los precios. Métodos de fijación de precios.

TEMA 8: EL MIX DE COMUNICACIÓN

La comunicación en marketing: concepto y objetivos. Proceso de planificación de la comunicación. La publicidad.

# GUÍA DOCENTE

El patrocinio y el mecenazgo. Las relaciones públicas. La promoción de ventas. La venta personal.
TEMA 9: LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
La distribución comercial como variable del marketing-mix: Funciones y Flujos. Concepto de canal de distribución y tipos de intermediarios. Estructura del canal: Dimensión vertical y horizontal. Factores condicionantes en el diseño y selección de canales de distribución. Relaciones entre los miembros del canal: cooperación y conflicto. Análisis de los intermediarios del canal: mayoristas y minoristas.

### 2. Contenidos prácticos

Cada tema tendrá su correspondiente colección de ejercicios, casos prácticos y/o lecturas complementarias.

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Producción y consumo responsables

## METODOLOGÍA

### Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

Para el alumnado bajo alguna de estas condiciones se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará a cabo de mutuo acuerdo entre la profesora responsable y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre. Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros

### Actividades presenciales

| Actividad | Grupo completo | Grupo mediano | Total |
|---|---|---|---|
| *Actividades de evaluación* | 4 | - | 4 |
| *Estudio de casos* | 11 | 10 | 21 |
| *Lección magistral* | 30 | - | 30 |
| *Tutorías* | - | 5 | 5 |
| ***Total horas:*** | ***45*** | ***15*** | ***60*** |

### Actividades no presenciales

| Actividad | Total |
|---|---|
| *Ejercicios* | 20 |
| *Estudio* | 45 |
| *Trabajo de grupo* | 25 |

# GUÍA DOCENTE

| Actividad | Total |
|---|---|
| ***Total horas:*** | ***90*** |

## MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Ejercicios y problemas
Presentaciones PowerPoint

**Aclaraciones**

El alumno tendrá disponible el material de trabajo en copistería y en la plataforma Moodle.

## EVALUACIÓN

| Competencias | Exámenes | Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | Supuesto práctico/discusión caso clínico/discusión trabajo científico |
|---|---|---|---|
| *CB1* | X | | X |
| *CE11* | X | | |
| *CE17* | | X | X |
| *CG4* | X | | |
| *CG6* | | X | X |
| *CU2* | | X | |
| ***Total (100%)*** | ***60%*** | ***15%*** | ***25%*** |
| ***Nota mínima (*)*** | ***4*** | ***0*** | ***0*** |

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

# GUÍA DOCENTE

**Valora la asistencia en la calificación final:**

*No*

**Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:**

Calificación mínima para eliminar materia y periodo de validez de las calificaciones parciales: los apartados ponderados con 25% y 15% se mantendran desde la primera matricula hasta que el alumno consiga superar la asignatura

**Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:**

IMPORTANTE: La calificación correspondiente a los supuestos prácticos sólo se sumará si la puntuación ponderada y acumulada por el alumno en el resto de instrumentos de evaluación es al menos de 4.

- Los alumnos de segunda matrícula o posterior mantendrán sus calificaciones obtenidas en primera matrícula en los apartados de 15% y 25%.
- No se prevé a priori una evaluación específica para el alumnado matriculado a tiempo parcial, en el caso particular de que tuviera dificultades para el seguimiento de la asignatura deberá contactar con el profesor correspondiente

**Aclaraciones sobre la evaluación de la primera convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios:**

Previo contacto con el profesor correspondiente

**Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor:**

*Calificación igual o superior a 9.0, sin exceder el 5% de los alumnos del Acta*

## BIBLIOGRAFIA

### 1. Bibliografía básica

- Kotler, P. et. al. (última ed): Introducción al Marketing. Ed. Pearson.
- Martín Armario, E. (última ed): Marketing. Ed. Ariel.
- Santesmases Mestre, M. (última ed): Marketing: Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide.
- Vázquez, R. y Trespalacios, J. A. (última ed): Marketing: estrategias y aplicaciones sectoriales. CivitasEdiciones.

### 2. Bibliografía complementaria

- Casado Díaz, A. B. et. al. (última ed): Dirección de marketing: Teoría y práctica. Ed. Club universitario.

- Esteban Talaya, A. y Mondéjar Jiménez (última ed): Fundamentos de marketing. Ed. ESIC.

- Ferrell, O.C. y Hartline, M. (última ed): Estrategia de marketing. Cengage Learning Editores.

- Kotler, P. et. Al. (última ed): Fundamentos de Marketing. Ed. Pearson.

- Rufín Moreno, R. (última ed): Introducción al Marketing. Ed. Sanz y Torres.

# GUÍA DOCENTE

## CRITERIOS DE COORDINACIÓN

Actividades conjuntas: conferencias, seminarios, visitas...
Criterios de evaluación comunes
Fecha de entrega de trabajos
Realización de actividades

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.

## PLAN DE CONTINGENCIA: ESCENARIO A

El escenario A, se corresponde con una menor actividad académica presencial en el aula como consecuencia de medidas sanitarias de distanciamiento interpersonal que limite el aforo permitido en las aulas.

## METODOLOGÍA

**Aclaraciones generales sobre la metodología en el escenario A**

Se adoptará un sistema multimodal o híbrido de enseñanza que combine, en todo lo posible, las clases presenciales en aula y las clases presenciales por videoconferencia (sesiones síncronas) que se impartirán en el horario aprobado por el Centro. La distribución temporal de las actividades que se llevarán a cabo de forma presencial en aula y presencial por videoconferencia estará determinado por el Centro en función del aforo permitido en los espacios docentes y las medidas sanitarias de distanciamiento interpersonal que estén vigentes en cada momento.

# GUÍA DOCENTE

## EVALUACIÓN

| Competencias | Exámenes | Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | Supuesto práctico/discusión caso clínico/discusión trabajo científico |
|---|---|---|---|
| *CB1* | X | | X |
| *CE11* | X | | |
| *CE17* | | X | X |
| *CG4* | X | | |
| *CG6* | | X | X |
| *CU2* | | X | |
| ***Total (100%)*** | ***60%*** | ***15%*** | ***25%*** |
| ***Nota mínima (*)*** | ***4*** | ***0*** | ***0*** |

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

**Valora la asistencia en la calificación final (Escenario A):**

*No*

**Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación (Escenario A):**

Calificación mínima para eliminar materia y periodo de validez de las calificaciones parciales: Los apartados ponderados con 25% y 15% se mantendran desde la primera matricula hasta que el alumno consiga superar la asignatura

**Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales (Escenario A):**

IMPORTANTE: La calificación correspondiente a los supuestos prácticos solo se sumará si la puntuación ponderada y acumulada por el alumno en el resto de instrumentos de evaluación es al menos de 4.

- Los alumnos de segunda matrícula o posterior mantendrán sus calificaciones obtenidas en primera matrícula en los apartados de 15% y 25%.
- No se prevé a priori una evaluación específica para el alumnado matriculado a tiempo parcial, en el caso particular de que tuviera dificultades para el seguimiento de la asignatura deberá contactar con el profesor correspondiente

## PLAN DE CONTINGENCIA: ESCENARIO B

El escenario B, contempla la suspensión de la actividad presencial en el aula como consecuencia de medidas sanitarias.

# GUÍA DOCENTE

## METODOLOGÍA

**Aclaraciones generales sobre la metodología en el escenario B**

La actividad docente presencial se llevará a cabo por videoconferencia (sesiones síncronas) en el horario aprobado por el Centro. Se propondrán actividades alternativas para los grupos reducidos que garanticen la adquisición de las competencias de esa asignatura.

## EVALUACIÓN

| Competencias | Exámenes | Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | Supuesto práctico/discusión caso clínico/discusión trabajo científico |
|---|---|---|---|
| *CB1* | X | | X |
| *CE11* | X | | |
| *CE17* | | X | X |
| *CG4* | X | | |
| *CG6* | | X | X |
| *CU2* | | X | |
| ***Total (100%)*** | ***60%*** | ***15%*** | ***25%*** |
| ***Nota mínima (*)*** | ***4*** | ***0*** | ***0*** |

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

| Herramientas Moodle | Exámenes | Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas | Supuesto práctico/discusión caso clínico/discusión trabajo científico |
|---|---|---|---|
| *Cuestionario* | X | | |
| *Participación* | | X | X |
| *Talleres* | | | X |
| *Tarea* | | X | X |
| *Videoconferencia* | X | X | X |

**Valora la asistencia en la calificación final (Escenario B):**

*No*

# GUÍA DOCENTE

**Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación (Escenario B):**

Calificación mínima para eliminar materia y periodo de validez de las calificaciones parciales: Los apartados ponderados con 15% y 25% se mantendran desde la primera matricula hasta que el alumno consiga superar la asignatura

**Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales (Escenario B):**

IMPORTANTE: La calificación correspondiente a los supuestos prácticos solo se sumará si la puntuación ponderada y acumulada por el alumno en el resto de instrumentos de evaluación es al menos de 4.

- Los alumnos de segunda matrícula o posterior mantendrán sus calificaciones obtenidas en primera matrícula en los apartados de 15% y 25%.
- No se prevé a priori una evaluación específica para el alumnado matriculado a tiempo parcial, en el caso particular de que tuviera dificultades para el seguimiento de la asignatura deberá contactar con el profesor correspondiente