PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Finanzas y Contabilidad
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2009-10
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Marketing
Código asigantura:	1610017
Tipología:	TRONCAL / FORMACIÓN BÁSICA
Curso:	2
Periodo impartición:	Cuatrimestral
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento/s:	Administración de Empresas y Marketing

Objetivos y competencias

OBJETIVOS:

El desarrollo del programa está orientado hacia la adquisición de los conocimientos necesarios para realizar una correcta planificación de marketing. Para ello, se presta atención preferente a la definición de los conceptos básicos de la disciplina. El análisis de la situación externa de la empresa se realiza buscando oportunidades y amenazas, por lo que se incide en el conocimiento del entorno que rodea a las actividades de marketing, los consumidores, la competencia y el mercado. Por otra parte, hay que fomentar la capacidad de aprendizaje y trata de interesar al alumno por la lectura en temas locales, nacionales e internacionales, acercándole al entorno empresarial e institucional. Se pretende, por tanto, dotar al alumno de los conocimientos teóricos necesarios, fomentar la capacidad de razonamiento sobre cuestiones comerciales, y desarrollar las habilidades necesarias para dar respuesta a los problemas de gestión del marketing en las organizaciones. En definitiva, acercar al alumno a las diferentes herramientas que intervienen en el proceso de gestión del marketing.

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	1/8

COMPETENCIA 1 (Grado Alto): DEFINIR ESTRATEGIAS, OBJETIVOS Y POLÍTICAS COMERCIALES: Para el desarrollo de esta competencia se deberán saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.

COMPETENCIA 2 (Grado Básico): CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y SACAR CONCLUSIONES: El objetivo de esta competencia está dirigido a la resolución de problemas a través de métodos científicos y a familiarizar al alumno con la identificación y manejo de las distintas variables necesarias para el análisis.

#Cognitivas (Saber):

1.1.Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing, como demanda, comportamiento del consumidor, mercado, entorno,etc.

1.2.Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como investigación de mercados o plan de marketing,

2.1.Conocer la importancia de la investigación comercial.

2.2.Conocer las fuentes de información para la investigación comercial.

#Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

1.2.Aplicar las teorías y conceptos básicos sobre oferta y demanda a los diferentes tipos de empresas, destinos y mercados.

2.3.Identificar situaciones y realidades en que se encuentra inmersa la organización.

2.4.Diseñar y estructurar una investigación.

2.5.Acceder a las distintas fuentes de información.

#Actitudinales (Ser):

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	2/8

1.Escuchar atentamente y apreciar las aportaciones de los demás.

2.Defender el punto de vista personal con argumentos lógicos, respetando las distintas opiniones del resto.

3.Mantener una actitud intelectual abierta, cuestionando de forma razonada todo aquello que genere dudas.

Competencias genéricas:

Conocimientos generales básicos

Comunicación oral en la lengua nativa

Comunicación escrita en la lengua nativa

Habilidades elementales en informática

Habilidades para trabajar en un equipo interdisciplinario

Compromiso ético

Capacidad para un compromiso con la calidad ambiental

Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

Comprensión de culturas y costumbres de otros países

Planificar y dirigir

Iniciativa y espíritu emprendedor

Inquietud por la calidad

Solidez en los conocimientos básicos de la profesión

Habilidades en las relaciones interpersonales

Habilidades de investigación

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	3/8

Capacidad de generar nuevas ideas

Inquietud por el éxito

Capacidad de análisis y síntesis

Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes

Resolución de problemas

Toma de decisiones

Capacidad de crítica y autocrítica

Trabajo en equipo

Habilidades para trabajar en grupo

Capacidad para aplicar la teoría a la práctica

Capacidad de aprender

Habilidad para trabajar de forma autónoma

Planificar y dirigir

Iniciativa y espíritu emprendedor

Inquietud por la calidad

Inquietud por el éxito

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de organizar y planificar

Conocimientos generales básicos

Solidez en los conocimientos básicos de la profesión

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	4/8

Contenidos o bloques temáticos

1. Marketing: Gestión de las relaciones rentables con los clientes.

2. Comportamiento de compra de los consumidores y de compradores industriales.

3. Segmentación, targeting y posicionamiento: construir relaciones adecuadas con los clientes adecuados.

4. Estrategia de producto, servicio y marca.

5. Los precios: comprender y captar el valor del cliente.

6. Canales de distribución y gestión de la cadena de suministro.

7. Venta detallista y mayorista.

8. Comunicando el valor al cliente: Publicidad, Promoción de Ventas y Relaciones Públicas.

9. Comunicando el valor al cliente: Venta Personal y Marketing Directo.

10. Marketing en la era digital.

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Horas	Créditos
B Clases Teórico/ Prácticas	60	6

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Para la adquisición de los contenidos disciplinares teóricos se aplicará una metodología encaminada a que los alumnos participen al máximo y se vayan haciendo responsables de su aprendizaje. En concreto, para cada uno de los temas de la asignatura, se pedirá al alumno que dedique un tiempo fuera del aula a leer en la bibliografía básica los conceptos que debe asimilar. En las horas de clase presencial, se pondrán en común las dudas de los alumnos y se resolverán las cuestiones que necesiten de aclaración adicional.

Además, se propondrán actividades de aplicación práctica de los conceptos estudiados,

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	5/8

tales como casos, preguntas de discusión, comentarios de noticias de actualidad del sector, debates, etc.

Los contenidos teóricos estarán ligados y serán complementados con la bibliografía proporcionada al alumno. La bibliografía básica se convierte en la referencia principal en cuanto a los contenidos de cada tema, de forma que el alumno podrá seguirlos por los manuales proporcionados.

Prácticas (otras)

La realización de cuestiones prácticas representa el eje principal sobre el que se asentará la dinámica de clase. Este método obliga a la realización de un trabajo analítico en el que los alumnos se enfrentarán ante una situación que refleja la realidad comercial de una empresa. Con ellos no se pretende alcanzar soluciones numéricas exactas, sino que el alumno desarrolle la capacidad para identificar problemas y tomar decisiones adecuadas. Junto a ella, la resolución de problemas permitirá la aplicación numérica de los conceptos teóricos estudiados. Los casos prácticos o problemas a realizar se encuentran en la bibliografía seleccionada o se publicarán con la debida antelación para que los alumnos puedan acceder a ellos. El profesor indicará también con la suficiente anticipación qué casos o problemas concretos se van a trabajar en cada clase práctica, para que los alumnos puedan llevarlos preparados.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

EVALUACIÓN CONTINUA.

La evaluación continua de la asignatura, de carácter voluntario, se basa en la puntuación de un examen (80% de la nota) y la puntuación de pruebas de progreso (20% de la nota).

Para superar la asignatura en evaluación continua, el alumno realizará un examen, común a todos los grupos en los que se imparte la asignatura. Este examen tendrá una ponderación del 80% de la calificación final de la asignatura, será escrito y contendrá dos partes diferenciadas que se calificarán de cero a diez puntos, con aproximación de una sola cifra decimal, y no será necesario que el estudiante obtenga un mínimo de puntos en ninguna de las dos partes del examen. La estructura y ponderación del examen será: a) Test (50% de la calificación final del examen) y b) Ejercicios Teórico-Prácticos relativos a los contenidos de la materia (50% de la calificación final del examen).

La fecha concreta del examen, la hora concreta y las aulas asignadas se publicarán en los

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	6/8

soportes que la asignatura utilice para la comunicación con los alumnos. La evaluación continua se adaptará a la situación del número de alumnos y a la disponibilidad y capacidad de las aulas para hacer pruebas en unas condiciones adecuadas de seguridad.

El resto de la calificación final de la asignatura se determinará mediante pruebas de progreso (20%) durante el horario lectivo de clase. Se realizarán al menos cuatro pruebas de progreso que pueden consistir en pruebas escritas, trabajos personales (individuales o en grupo), exposiciones, participación en actividades presenciales u otros medios que cada profesor(es) de la asignatura estime adecuados para su grupo y que permitan evaluar los conocimientos adquiridos hasta el momento de su realización. Se calificarán de cero a diez puntos con aproximación de una sola cifra decimal y la calificación global de estas pruebas de progreso se calculará como una media aritmética de las puntuaciones obtenidas en cada una de ellas.

En caso de que un estudiante no realice todas o alguna de estas pruebas de progreso, o incurra en algún tipo de comportamiento irregular al realizarlas (normas de convivencia, copia, plagio, etc.), perderá automáticamente la puntuación de dicha prueba.

Para superar la asignatura el estudiante debe obtener una calificación mínima de 5 puntos tras una media ponderada del examen (80%) y la calificación de las pruebas de progreso (20%). Esta calificación final podrá ser mejorada teniendo en cuenta otros elementos de juicio que puedan establecerse por los profesores de la asignatura (asistencia participativa en clase, trabajos voluntarios, individuales o en grupo, etc.).

Los alumnos que, habiendo optado por el sistema de evaluación continua, no alcancen la puntuación mínima exigida podrán superar la asignatura en el examen final de la convocatoria oficial.

EVALUACIÓN EN CONVOCATORIAS OFICIALES.

En las convocatorias oficiales, el estudiante deberá realizar un examen final común a todos los grupos en la fecha asignada para la asignatura en el calendario de exámenes aprobados por la Facultad.

Este examen tendrá una ponderación del 100% de la calificación final de la asignatura, será escrito y contendrá dos partes diferenciadas que se calificarán de cero a diez puntos con aproximación de una sola cifra decimal, siendo su estructura y ponderación: a) Test (50% de la calificación final del examen) y b) Ejercicios Teórico-Prácticos relativos a los contenidos de la materia (50% de la calificación final del examen).

Para superar la asignatura el estudiante deberá obtener una calificación mínima final de 5 puntos y será necesario que obtenga un mínimo de 3 puntos en cada una de las dos partes

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	7/8

del examen.

La calificación final podrá ser mejorada teniendo en cuenta otros elementos de juicio que puedan establecerse por los profesores de la asignatura (asistencia participativa en clase, trabajos voluntarios, individuales o en grupo, etc.).

En ningún caso, salvo lo expresamente dispuesto en los Estatutos de la Universidad de Sevilla y en la normativa que los desarrolla, se realizará un examen o prueba fuera de las convocatorias oficiales. La justificación de estas excepciones se realizará mediante documentación oficial y sólo será admitida dentro de los plazos previstos.

Código Seguro De Verificación	ekxXzHIbJfDXe41L19J+DQ==	Fecha	11/12/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/ekxXzHIbJfDXe41L19J%2BDQ%3D%3D	Página	8/8