



Información de la asignatura

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad: Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales

Código: 300204 **Nombre:** Marketing II

Créditos: 6,00 **ECTS** **Curso:** 2 **Semestre:** 1

Módulo: Marketing y Comercialización

Materia: Marketing **Carácter:** Obligatoria

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

Departamento: Economía, Dirección de Empresas y Marketing

Tipo de enseñanza: Presencial / A distancia

Lengua/-s en las que se imparte: Castellano, Inglés

Profesorado:

302A	<u>David Servera Francés</u> (Profesor responsable)	david.servera@ucv.es
302B	<u>David Servera Francés</u> (Profesor responsable)	david.servera@ucv.es
312D	<u>David Servera Francés</u> (Profesor responsable)	david.servera@ucv.es
30GI2	<u>Andreea Apetrei Kalveram</u> (Profesor responsable inglés)	andreea.apetrei@ucv.es
31GI2	<u>Andreea Apetrei Kalveram</u> (Profesor responsable inglés)	andreea.apetrei@ucv.es



Organización del módulo

Marketing y Comercialización

Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Curso/semestre
Marketing	12,00	Marketing I	6,00	1/2
		Marketing II	6,00	2/1
Herramientas de Marketing	24,00	Comunicación Comercial	6,00	3, 4/2
		Customer Relationship Management	6,00	3, 4/1
		Plan de Marketing	6,00	3/1
		Product and Branding Management	6,00	Esta optativa no se oferta en el curso académico 23/24
Logística e internacionalización	12,00	Internacionalización de la Empresa	6,00	3/2
		Logística y Distribución Comercial	6,00	3/2

Conocimientos recomendados

No se requieren



Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá demostrar haber adquirido los siguientes resultados de aprendizaje:

- R1 Crear una matriz de mix de producto y clasificar éstos en función de su amplitud, profundidad y longitud. Así como en relación a su ciclo de vida.
- R2 Saber aplicar la herramientas de gestión de los servicios, tales como la servucción o el servqual.
- R3 Elegir entre las diferentes técnicas de fijación de precio en función de las características de la empresa y del mercado al que se dirige.
- R4 Analizar correctamente un plan de comunicación.
- R5 Identificar y caracterizar los diferentes canales de distribución de los productos.
- R6 Razonar y pensar sobre todo aquello que experimentan como consumidores y está relacionado con la materia impartida en el área.
- R7 Alcanzar los principales conocimientos en materia de marketing operativo.
- R8 Realizar y exponer correctamente los casos prácticos sobre las estrategias y acciones del marketing mix de una empresa.



Competencias

En función de los resultados de aprendizaje de la asignatura las competencias a las que contribuye son: (valora de 1 a 4 siendo 4 la puntuación más alta)

	BÁSICAS	Ponderación			
		1	2	3	4
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		X		
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.			X	
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.			X	
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.			X	
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.			X	
GENERALES		Ponderación			
		1	2	3	4
CG1	Capacidad de análisis y de síntesis.			X	
CG3	Capacidad para aplicar el conocimiento en la práctica.			X	



CG4	Capacidad para manejar información de diferentes fuentes.				X
CG5	Comunicación oral y escrita.			X	
CG7	Gestión de la información.	X			
CG8	Orientación a la resolución de problemas.				X
CG9	Orientación a la toma de decisiones.			X	
CG13	Capacidad para aprender y habilidades de investigación.			X	
CG14	Liderazgo.			X	
CG16	Confianza en uno mismo y toma de decisiones.			X	
CG18	Autonomía en el aprendizaje.			X	
CG19	Compromiso, responsabilidad y sentido ético.				X

ESPECÍFICAS		Ponderación			
		1	2	3	4
CE5	Comprensión de la tecnología existente y las nuevas tecnologías y su impacto para nuevos o futuros mercados.		X		
CE7	Capacidad para gestionar una empresa u organización, entendiendo su posicionamiento competitivo e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.				X
CE8	Gestionar una compañía mediante su planificación y control, utilizando conceptos, métodos y herramientas (por ejemplo diseño e implantación de estrategia, benchmarking, gestión de la calidad total, sistema de costes ABC).		X		
CE15	Capacidad para obtener, a partir de los datos, información valiosa para la toma de decisiones.				X
CE20	Capacidad para la negociación y la resolución de problemas.				X



Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

Modalidad presencial

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4, R5, R8	15,00%	Pruebas objetivas
R1, R2, R3, R4, R5, R8	25,00%	Realización de actividades teórico-prácticas
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	10,00%	Asistencia y participación en clase
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	50,00%	Examen final presencial

Observaciones

Es importante matizar que es requisito imprescindible para hacer media entre el examen y la evaluación continua el obtener en el examen **un mínimo de 5 sobre 10 y viceversa**.

En la segunda convocatoria, el alumno que haya suspendido la evaluación continua tendrá que hacer un examen práctico adicional al teórico el día del examen final. Con el objetivo de demostrar que ha adquirido las competencias prácticas requeridas en la asignatura. En estos casos, la nota final de la segunda convocatoria será la media entre ambos exámenes (teórico y práctico). Con la condición de obtener un mínimo de 5 sobre 10 en cada examen para poder hacer media.

Modalidad a distancia

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	5,00%	Participación en actividades de comunicación síncrona
R1, R2, R3, R4, R5, R8	25,00%	Actividades entregables
R1, R2, R3, R4, R5, R8	15,00%	Evaluaciones periódicas mediante cuestionarios online
R1, R2, R3, R4, R5, R8	5,00%	Participación en Foros de discusión
R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	50,00%	Evaluación final presencial



Observaciones

Las actividades entregables habrán de entregarse en tiempo y forma, y obtener una calificación superior a 5 para poder hacer media con la nota del examen final. Los alumnos que hayan superado dichas pruebas deberán hacer el examen final presencial de la asignatura. Que cumplirá además el objetivo de instrumento de validación de las notas obtenidas en las actividades a distancia. En cualquier caso, habrá que aprobar el examen final de la asignatura para poder superar la asignatura.

En la segunda convocatoria, el alumno que haya suspendido la evaluación continua tendrá que hacer un examen práctico adicional al teórico el día del examen final. Con el objetivo de demostrar que ha adquirido las competencias prácticas requeridas en la asignatura. En estos casos, la nota final de la segunda convocatoria será la media entre ambos exámenes (teórico y práctico). Con la condición de obtener un mínimo de 5 sobre 10 en cada examen para poder hacer media.

CRITERIOS PARA LA CONCESIÓN DE MATRÍCULA DE HONOR:

Según el artículo 22 de la Normativa Reguladora de la Evaluación y Calificación de las Asignaturas de la UCV, la mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada por el profesor responsable de la asignatura a estudiantes que hayan obtenido la calificación de "Sobresaliente". El número de menciones de "Matrícula de Honor" que se pueden otorgar no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos incluidos en la misma acta oficial, salvo que éste sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola "Matrícula de Honor".

Actividades formativas

Las metodologías que emplearemos para que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura serán:

- M1 Resolución de problemas, comentarios, memorias, para entregar en plazos a lo largo del curso.
- M3 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.
- M5 Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M7 Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.
- M9 Aplicación de conocimientos interdisciplinares.



- M11 Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M13 Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa, o sumativa del alumno.
- M14 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
- M16 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
- M17 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.
- M19 Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios, para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M21 Sesiones monográficas a lo largo del curso, orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.
- M23 Conjunto de pruebas, escritas u orales, empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
- M25 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su discusión o entrega en formato electrónico.
- M27 Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M29 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su difusión o entrega.
- M31 Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.



MODALIDAD PRESENCIAL

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Clase Presencial M3, M11	R2, R3, R4, R5, R6, R7	22,25	0,89
Clase Práctica M1, M14, M16	R1, R2, R3, R4, R5, R8	15,00	0,60
Seminario M21	R2, R3, R4, R5, R6, R7	4,50	0,18
Exposición Trabajos Grupo M14, M16, M29, M31	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	8,00	0,32
Tutoría M5, M11, M27	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	6,25	0,25
Evaluación M1, M5, M13, M29, M31	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	4,00	0,16
TOTAL		60,00	2,40

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Trabajo en Grupo M1, M5, M16, M29, M31	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	32,50	1,30
Trabajo individual M1, M14, M25	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	57,50	2,30
TOTAL		90,00	3,60



MODALIDAD A DISTANCIA

ACTIVIDADES FORMATIVAS SÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Sesión virtual síncrona M17	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	4,00	0,16
Sesión Práctica virtual síncrona M5	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	4,00	0,16
Seminario y videoconferencia virtual síncrona M21	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	4,00	0,16
Evaluación presencial M13	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	3,00	0,12
TOTAL		15,00	0,60

ACTIVIDADES FORMATIVAS ASÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
Trabajo individual M25	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	60,00	2,40
Tutorías individuales M27	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	5,00	0,20
Trabajo en grupo M5, M16	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	10,00	0,40
Foros de discusión M31	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	10,00	0,40
Actividades de evaluación continua M1	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	50,00	2,00
TOTAL		135,00	5,40



Descripción de los contenidos

Descripción de contenidos necesarios para la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Contenidos teóricos:

Bloque de contenido	Contenidos
Organización y gestión del marketing	Perfil del consumidor. E-commerce. Organización departamento de marketing
Decisiones sobre producto, marcas y envases	Definición de producto. Mix de producto. Líneas de producto. Decisiones sobre marca. Envase y embalaje.
Gestión de empresas de servicios	Naturaleza y clasificación de los servicios. Características de los servicios. Estrategias de marketing de servicios.
Diseño de estrategias y programas sobre precios	Naturaleza e importancia del precio. Adaptación del precio. Respuesta ante cambios
Estrategias de comunicación	Concepto y función de la comunicación. El mix de comunicación. Decisiones/ estrategias en materia de comunicación.
Política de distribución comercial.	La Distribución Comercial como variable de Marketing. El Canal de Comercialización y sus miembros.



Organización temporal del aprendizaje:

Bloque de contenido	Nº Sesiones	Horas
Organización y gestión del marketing	4,00	8,00
Decisiones sobre producto, marcas y envases	6,00	12,00
Gestión de empresas de servicios	4,00	8,00
Diseño de estrategias y programas sobre precios	4,00	8,00
Estrategias de comunicación	6,00	12,00
Política de distribución comercial.	6,00	12,00

Referencias

KERIN, R.A. y HARTLEY, S.W. (2018). Marketing. 13 Edición. McGraw Hill.

KOTLER, P y KELLER, K. (2012) Dirección de Márketing 14ª Edición Prentice Hall. Hertforshire

Godin, S. (2012). *La vaca púrpura*. Gestión 2000.



Adenda a la Guía Docente de la asignatura

Dada la excepcional situación provocada por la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 y teniendo en cuenta las medidas de seguridad relativas al desarrollo de la actividad educativa en el ámbito docente universitario vigentes, se procede a presentar las modificaciones oportunas en la guía docente para garantizar que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura.

Situación 1: Docencia sin limitación de aforo (cuando el número de estudiantes matriculados es inferior al aforo permitido del aula, según las medidas de seguridad establecidas).

En este caso no se establece ningún cambio en la guía docente.

Situación 2: Docencia con limitación de aforo (cuando el número de estudiantes matriculados es superior al aforo permitido del aula, según las medidas de seguridad establecidas).

En este caso se establecen las siguientes modificaciones:

1. Actividades formativas de trabajo presencial:

Todas las actividades previstas a realizar en un aula en este apartado de la guía docente, se realizarán a través de la simultaneidad de docencia presencial en el aula y docencia virtual síncrona. Los estudiantes podrán atender las clases personalmente o a través de las herramientas telemáticas facilitadas por la universidad (videoconferencia). En todo caso, los estudiantes que reciben la enseñanza presencialmente y aquéllos que la reciben por videoconferencia deberán rotarse periódicamente.

En el caso concreto de esta asignatura, estas videoconferencias se realizarán a través de:

Microsoft Teams

Kaltura



Situación 3: Confinamiento por un nuevo estado de alarma.

En este caso se establecen las siguientes modificaciones:

1. Actividades formativas de trabajo presencial:

Todas las actividades previstas a realizar en un aula en este apartado de la guía docente, así como las tutorías personalizadas y grupales, se realizarán a través de las herramientas telemáticas facilitadas por la universidad (videoconferencia). En el caso concreto de esta asignatura, a través de:

Microsoft Teams

Kaltura

Aclaraciones sobre las sesiones prácticas:



2. Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

MODALIDAD PRESENCIAL

En cuanto a los sistemas de evaluación:

- No se van a realizar modificaciones en los instrumentos de evaluación. En el caso de no poder realizar las pruebas de evaluación de forma presencial, se harán vía telemática a través del campus UCVnet.
- Se van a realizar las siguientes modificaciones para adaptar la evaluación de la asignatura a la docencia no presencial

Según la guía docente		Adaptación	
Instrumento de evaluación	% otorgado	Descripción de cambios propuestos	Plataforma que se empleará

El resto de instrumentos de evaluación no se modificarán respecto a lo que figura en la guía docente.

Observaciones al sistema de evaluación:



MODALIDAD A DISTANCIA

En cuanto a los sistemas de evaluación:

- No se van a realizar modificaciones en los instrumentos de evaluación. En el caso de no poder realizar las pruebas de evaluación de forma presencial, se harán vía telemática a través del campus UCVnet.
- Se van a realizar las siguientes modificaciones para adaptar la evaluación de la asignatura a la docencia no presencial

Según la guía docente		Adaptación	
Instrumento de evaluación	% otorgado	Descripción de cambios propuestos	Plataforma que se empleará

El resto de instrumentos de evaluación no se modificarán respecto a lo que figura en la guía docente.

Observaciones al sistema de evaluación: