



DATOS IDENTIFICATIVOS

Marketing sectorial

Asignatura	Marketing sectorial			
Código	004G020V01910			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descripción general	La asignatura aborda las aplicaciones sectoriales más relevantes y de actualidad de la disciplina del Marketing.			

Competencias de titulación

Código	
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Conocer la relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial	A5
Conocer los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial	A6
Conocer las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial	A7
Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	A9
Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa	A10
Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes	A13
Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones	A14
Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante	A16
Capacidad de análisis y síntesis	B1
Pensamiento crítico y autocrítico	B2
Habilidades de comunicación oral y escrita	B5
Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación	B8
Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo	B9
Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados	B10
Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa	B11
Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo	B13
Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado	B14
Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial	B15
Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos	B17
Compromiso ético en el trabajo	B18
Motivación por la calidad y la mejora continua	B19

Contenidos

Tema	
1. Marketing de servicios	1.1. Introducción 1.2. Clasificación y características 1.3. Gestión y calidad de los servicios
2. Marketing turístico	2.1. Introducción 2.2. Estrategias de marketing para productos turísticos
3. Marketing de ciudades	3.1. Introducción 3.2. La entidad de las ciudades en la globalización socio-económica 3.3. Estrategias de marketing para las ciudades
4. Marketing deportivo	4.1. Introducción 4.2. Mercado deportivo 4.3. Marketing-mix del deporte
5. Marketing bancario	5.1. Introducción 5.2. Análisis del entorno bancario 5.3. Estrategias de marketing para el sector bancario
6. Marketing de productos	6.1. Marketing de productos ecológicos 6.2. Marketing del vino 6.3. Marketing del aceite de oliva 6.4. Marketing de productos farmacéuticos
7. Otras aplicaciones del marketing	7.1. Marketing social corporativo 7.2. Marketing político y electoral 7.3. Marketing en internet y comercio electrónico 7.4. Marketing internacional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	23	0	23
Trabajos tutelados	0	68	68
Debates	4	0	4
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	32	32
Sesión magistral	23	0	23

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Trabajos de aula	Análisis y desarrollo de casos prácticos de empresas de los distintos sectores
Trabajos tutelados	Trabajos individuales de los estudiantes, tutorizados por el profesor.
Debates	Interacción entre los estudiantes y el profesor, sobre temas relacionados con la materia
Resolución de problemas y/o ejercicios	Problemas y/o ejercicios planteados por el profesor, a resolver por los estudiantes
Sesión magistral	Comunicación oral de los conocimientos de la materia por el profesor.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	Tutorías presenciales y a distancia.
Trabajos tutelados	Tutorías presenciales y a distancia.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Tutorías presenciales y a distancia.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Trabajos de aula		65
	Pruebas escritas y exposiciones orales de trabajos	
Trabajos tutelados		25
	Casos a resolver individualmente por el estudiante	
Debates		2
	Interacción entre los estudiantes y el profesor sobre temas relacionados con la materia	
Resolución de problemas y/o ejercicios		8
	Resolución individual de problemas y/o ejercicios planteados por el profesor	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información

Cubillo, J.M. y Cerviño, J. (coordinadores) (2008): Marketing Sectorial. Editorial ESIC. Madrid.

Recomendaciones