

GUÍA DOCENTE

PLAN DE MARKETING INTEGRADO

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

CURSO 2024-25

Fecha de publicación: 03-07-2024



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>Esta asignatura proporcionará al estudiante los conocimientos básicos que le permitan organizar y desarrollar un plan de marketing de un producto, servicio o actividad, como instrumento de gestión de las principales herramientas de marketing en entornos mixtos on y off line. De esta manera, el alumnado será capaz de concebir y diseñar un plan de marketing concreto que sea coherente con la realidad digital de la empresa y su entorno, optimizando la inversión. Y será capaz de desarrollar las habilidades necesarias para su presentación y defensa ante el Comité de Dirección de la empresa.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

- CG1. Capacidad de análisis, síntesis y extrapolación enfocado a la toma de decisiones: Capacidad para analizar, sintetizar, valorar y extrapolar datos a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa enfocado a la toma de decisiones.
- CG2. Capacidad de enfoque estratégico en los objetivos y decisiones empresariales.
- CG4. Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
- CG5. Gestión de la Información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales
- CG6. Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de la organización
- CG7. Trabajo en equipos multidisciplinares, globalizados y en red: Capacidad para trabajar y colaborar en equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales.
- CG11. Capacidad para coordinar el diseño y la planificación de un proyecto en el ámbito de la economía digital.
- CG12. Capacidad para coordinar la ejecución y control de un proyecto en el ámbito de la economía digital
- CE3. Capacidad para manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.
- CE4. Capacidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos en situaciones reales del ámbito empresarial.
- CE12. Capacidad para analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales
- CE15. Capacidad de diseñar e implementar decisiones estratégicas de marketing
- CE18. Capacidad para diseñar e implementar un plan de marketing integrado
- CE23. Orientación al cliente: Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

INTRODUCCIÓN

Tema 1. La planificación de marketing

Tema 2. El plan de marketing integrado

FASE I. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Tema 3. Introducción al análisis de la situación actual

Tema 4. Análisis del entorno interno

Tema 5. Realización de la Matriz Boston Consulting Group

Tema 6. Análisis del entorno externo

Tema 7. Realización de un mapa de posicionamiento

Tema 8. Diagnóstico: análisis DAFO

FASE II. DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING ONLINE Y OFFLINE

Tema 9. Objetivos de Marketing y Financieros online y offline

Tema 10. Estrategias de Marketing para el entorno online y offline

FASE III. DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING ONLINE Y OFFLINE

Tema 11. Programas de Marketing online y offline

Tema 12. Planificación temporal, presupuestación y previsión

FASE IV. CONTROL DE LA EVOLUCIÓN DEL PLAN

Tema 13. Indicadores de la evolución del plan de marketing integral

Tema 14. La auditoría de marketing

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Lecturas	(AFE1) Preparación de contenidos teóricos. Lectura comprensiva del material docente recomendado. Se realizarán de forma presencial (AP) y/o en remoto (AD - síncrona y/o asíncrona) según las circunstancias sanitarias (PC)
Prácticas / Resolución de ejercicios	(AFE2, AFE3, AFE4) Actividades de carácter práctico (trabajo individual/grupal, participación en debates/seminarios y crítica constructiva). Se realizarán de forma presencial (AP) y/o en remoto (AD - síncrona y/o asíncrona) según las circunstancias sanitarias (PC)
Otras	(AFE5) Asistencia a tutorías académicas. Se realizarán de forma presencial (AP) y/o en remoto (AD - síncrona y/o asíncrona) según las circunstancias sanitarias (PC)



V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	20
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	34
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	6
Tutorías académicas	16
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	32
Preparación de clases teóricas	10
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	36
Preparación de pruebas	26
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 7 a Semana 15	(MD3) Tutorías académicas. Se realizarán de forma presencial (AP)
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	(MD1) Clase magistral. Se realizarán de forma presencial (AP) Existe libertad por parte del profesor de intercalar las prácticas con la teoría en las semanas que el decida.
Prácticas	Semana 2 a Semana 15	(MD2) Clases prácticas: trabajos individuales o en grupo, debates, seminarios y crítica constructiva. Se realizarán de forma presencial (AP)



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

El alumnado deberá complementar el manual de la asignatura con las clases magistrales y los recursos que el profesor considere oportunos: es importante tener en cuenta que TODO lo que se incluye en el manual de la asignatura y TODO lo que se dice y se trabaja en clase puede ser materia de evaluación. Por lo tanto, la asistencia activa (atender, tomar apuntes, participaz, etc.) es pieza clave para tener éxito en esta asignatura. Los criterios de evaluación y su ponderación de cara a la nota final serán:

ACTIVIDAD EVALUADORA

1. Caso/s práctico/s ó Video sobre los aspectos mas importantes del plan de marketing desarrollado partiendo del caso practico de una empresa grupal . Liberatoria y Reevaluable Puntuación mínima 5 sobre 10. Podrá ser entre 1 y 6 casos, explicando el profesor la ponderación de cada prueba, siendo la ponderación máxima un 40% de la asignatura. Fecha establecida por el profesor

2. Prueba práctica Redacción del Plan de Marketing grupal. Liberatoria y reevaluable con una ponderación del 50% . Fecha establecida por el profesor

3. Asistencia y participación en clase . NO reevaluable con una ponderación del 10% La razón de ser no reevaluable, es que ayuda a la realización de una mejor evaluación continúa, y por su naturaleza, no puede ser reevaluable. En caso de que la asistencia sea obligatoria, deberá ser informado por el profesor al inicio de la asignatura.

Si las pruebas se evalúan a través de un **trabajo grupal**, éste se **entregará**, como máximo, **en la fecha y horario establecidos por el profesor**; aquellas prácticas que no sean entregadas en esa fecha y ese horario se entenderán no presentadas y esa será la calificación en actas. Las prácticas se entregarán obligatoriamente en el formato que especifique el profesor, en clase; y a través de la tarea correspondiente en la plataforma del Aula Virtual. **No será válido ningún trabajo entregado a través del correo electrónico.** No será válido ningún trabajo escrito a mano, a no ser que el profesor así lo especifique. Si las pruebas se evalúan a través de un **examen teórico-práctico**, este se realizará en las **fechas oficiales** fijadas por la Universidad dentro del periodo de exámenes.

Los alumnos/as que no superen alguna de las partes de la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán presentarse sin excepción (también los estudiantes ERASMUS y asimilados) en la convocatoria extraordinaria sólo a esa parte concreta.

Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final, trabajo, o cualquier otro ejercicio) quedará suspendido en las convocatorias ordinarias y extraordinarias. Todo ello con independencia del procedimiento disciplinario que, según la normativa de exámenes vigente, se pueda emprender por parte de la propia Universidad Rey Juan Carlos.

No se guardará ningún trabajo ni ninguna nota para años posteriores.

Es obligatorio que todos los estudiantes comprendan perfectamente el sistema de evaluación y la mecánica de la asignatura. Ver las normas académicas de la URJC y las propias normas de la asignatura que el profesor establezca en el AULA VIRTUAL.

Los alumnos que deseen presentarse en la convocatoria de evaluación adelantada tendrán que cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC. Para el caso concreto de esta asignatura, se les aplicará como método de evaluación un único examen que engloba toda el temario de la asignatura.



VII.B.- Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el estudiante deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El estudiante deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos (<https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf>) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.



VIII.-Recursos y materiales didácticos	
Bibliografía básica	
Samino-García, R.; Rivero-Gutiérrez, L. (2017). Cómo realizar un Plan de Marketing integral. OMM Editorial	
Bibliografía complementaria	
Marketing. Conceptos y estrategias. Autor: Miguel Santesmases Mestre Editorial Pirámide	
Principios de Marketing, 2ª edición. Autor: Esteban Talaya, A. y otros. Editorial: ESIC	
El Plan de Marketing en la práctica Autor: José María Sainz de Vicuña Ancín Editorial ESIC	
Introducción al Marketing Autor: Salvador Miquel, Alejandro Mollá, J. Enrique Bigné Editorial: McGraw Hill	
El Plan de Marketing en la Pyme Autor: José María Sainz de Vicuña Ancín. Editorial ESIC	
El Plan de Marketing Autor: Marian Burk Wood Editorial Pearson	
El plan de marketing digital en la práctica. Autor: José María Sainz de Vicuña Ancín. Editorial ESIC	

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	JUAN SOLOGUREN SANCHEZ-FERRAGUT
Correo electrónico	juan.sologuren@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	Si
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0

