6-07

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



FUNDAMENTOS DE MARKETING

CÓDIGO 01423044

UNED

6-07

FUNDAMENTOS DE MARKETING

CÓDIGO 01423044

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

Ofrecer la formación introductoria en el área comercial de la empresa y en la disciplina de Marketing que es necesaria y conveniente en el primer ciclo de la formación universitaria en Administración y Dirección de Empresas.
Teniendo en cuenta que el segundo ciclo de dichos estudios, tal como recoge el plan de estudios vigente en nuestra Universidad, incluye otras dos asignaturas de Marketing (Investigación Comercial y Estrategias Comerciales), el programa de Fundamentos de Marketing pretende recoger aquellos temas que servirán de formación básica para la continuación y profundización que tendrá lugar en el quinto curso de la Licenciatura.
Todo lo anterior justifica que las cuestiones relativas al método del marketing (investigación comercial) y a la planificación e implantación de estrategias reciban en esta asignatura un tratamiento más somero que conceptos fundamentales y previos como el mercado, el comportamiento del consumidor o las variables e instrumentos del marketing.
A partir de los principios didácticos mencionados, el programa de la asignatura es el siguiente:

CONTENIDOS

TEMA 1. El concepto de Marketing.TEMA 2. La demanda y el comportamiento de compra.TEMA 3. La segmentación.TEMA 4. El producto.TEMA 5. Las actividades de promoción.TEMA 6. La distribución comercial y sus estrategias.TEMA 7. El precio y sus distintas consideraciones.TEMA 8. Las estrategias comerciales.TEMA 9. La información en la empresa: sistemas de información.TEMA 10. Internet y la empresa.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6347
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES
Correo Electrónico	gjuberias@cee.uned.es
Teléfono	91398-8834

Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Nombre y Apellidos	JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
Correo Electrónico	jplaza@cee.uned.es
Teléfono	91398-9238
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Hay un texto básico único y suficiente para la preparación de la asignatura:
RAMÓN RUFÍN y M. DOLORES REINA: *Fundamentos de Marketing.* Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 2003.
Como quiera que dicho texto abarca un contenido mayor que el de la asignatura, es imprescindible seguir meticulosamente el programa que encontrará en la *Guía Didáctica* de la asignatura o en la siguiente página web: http://www.uned.es/dpto-eeyc. En dicho programa el alumno encontrará qué capítulos y epígrafes del texto sirven para preparar el contenido de los diez temas reseñados en el punto 3 de esta guía.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales constarán de un test o prueba objetiva, excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.
Este test lo formarán veinticinco preguntas aproximadamente con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la prueba presencial.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La atención personal (presencial o telefónica) a los alumnos será todos los jueves lectivos entre las 16 y las 20 h., en los teléfonos 91 398 73 55 y 91 398 88 34 (así como en el fax 91 398 63 41) correspondiente al despacho 1.10 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. No obstante, y en la medida en que el resto de las obligaciones docentes, investigadoras y administrativas lo permitan, el equipo de la asignatura resolverá en otro horario consultas o incidencias puntuales que no sean referentes a las calificaciones de las pruebas presenciales o a sus revisiones.
OTROS MEDIOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN

•Correo electrónico: marketing@cee.uned
•Página propia del Departamento de Economía de la
•Empresa y Contabilidad en el servidor WEB de la UNED: http://www.uned.es/dpto-eeyc
•Servicio telefónico automático (para calificaciones):
902 252 642

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.