8-09

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



GESTION COMERCIAL

CÓDIGO 01543034

UNED

8-09

GESTION COMERCIAL

CÓDIGO 01543034

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.
Todo lo anterior justifica que las cuestiones relativas al método del marketing (investigación comercial), así como a las estrategias de marketing en diversos campos de aplicación del mismo, reciban en la presente asignatura un tratamiento más somero que conceptos fundamentales y previos como el mercado, el comportamiento del consumidor, las variables e instrumentos del marketing, o la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación.
Los principios didácticos mencionados están materializados en el programa que se refiere de manera sintética en el apartado de "Contenidos" de esta Guía.

CONTENIDOS

1. MARKETING
2. LA DEMANDA
3. CONSUMIDORES Y USUARIOS
4. SEGMENTOS DE CONSUMIDORES
5. OFERTA AL MERCADO
6. PROMOCIÓN
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
8. INTERNET Y MARKETING DIRECTO
9. PRECIO
10. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS

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	CLAUDIA SEVILLA SEVILLA
Correo Electrónico	csevilla@cee.uned.es
Teléfono	91398-9048
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788496808263
Título:INTRODUCCIÓN AL MARKETING (2008)
Autor/es:Rufín Moreno, Ramón ;
Editorial:SANZ Y TORRES

Hay un texto básico único y suficiente para la preparación de la asignatura:
RAMÓN RUFÍN: *Introducción al Marketing*. Editorial Sanz y Torres. Madrid, 2008
Es imprescindible seguir el programa que encontrará en la *Guía Didáctica* de la asignatura en la siguiente página web:
http://www.uned.es/dpto-eeyc/asiginfor.htm
En dicho programa el alumno encontrará qué capítulos y epígrafes del texto sirven para preparar el contenido de los temas reseñados en el punto "Contenidos" de esta web.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

El alumno encontrará en cada capítulo del libro básico de la asignatura bibliografía recomendada específica de cada tema tratado.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.
El test lo formarán veinticinco preguntas 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 asignatura.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Jueves, de 16 a 20 h. Tels.: 91 398 73 55 Fax: 91 398 63 41
Correo electrónico: marketing@cee.uned.es
Servicio telefónico automático (para calificaciones): 902 25 26 41

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.