19-20

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
SEGUNDO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

CÓDIGO 65022047

UNED

19-20

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

CÓDIGO 65022047

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
ADENDA AL SISTEMA DE EVALUACIÓN CON MOTIVO DE LA PANDEMIA COVID 19

Nombre de la asignatura	INTRODUCCIÓN AL MARKETING
Código	65022047
Curso académico	2019/2020
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Título en que se imparte	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Curso	SEGUNDO CURSO
Periodo	SEMESTRE 1
Tipo	OBLIGATORIAS
Nº ETCS	6
Horas	150.0
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Se trata de una asignatura fundamental e imprescindible para todos aquellos estudiantes que deseen adquirir una adecuada formación en el área comercial de la empresa. A través de esta asignatura el alumno viajará en el tiempo para poder conocer cuáles fueron los inicios del marketing en la historia económica, quiénes han sido los autores más relevantes en esta materia y cuáles son los principios básicos del marketing, sobre los que las empresas basan actualmente sus estrategias y actuaciones.
El objetivo en definitiva de esta asignatura es que el estudiante descubra y conozca la disciplina del marketing a través del planteamiento de cuatro cuestiones clave: QUÉ es, CUÁNDO nació, CÓMO funciona y DÓNDE actúa.

INTRODUCCIÓN AL MARKETING es una asignatura que se imparte durante el primer cuatrimestre del segundo curso del Grado en Administración y Dirección de empresas. Junto con el resto de asignaturas del segundo curso de este Grado, pretende contribuir a la formación del estudiante sobre todos aquellos aspectos básicos de la planificación y gestión de la empresa, dentro eso sí, del área comercial y de marketing.
No solo se pretende transmitir una serie de conocimientos teóricos considerados como básicos a lo largo de los años de vida de esta disciplina, sino que se intenta dar al estudiante una visión lo más real y actual posible sobre el mundo del marketing en la empresa.
¿**Qué** se entiende por marketing?, ¿**Cuándo** comenzó todo?, ¿**Cómo** actúa el marketing?, ¿Cuáles son las variables y aspectos imprescindibles que ha de tener en cuenta la empresa a la hora de tomar decisiones comerciales?, ¿Cuáles son los pilares básicos del marketing?, ¿**Dónde** actúa?, ¿Cuál es el nuevo entorno y los nuevos mercados en los que se desarrolla y actúa el marketing?. A todas estas cuestiones se intenta dar respuesta a lo largo de los capítulos del libro, que forman el programa de esta asignatura.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

No existen requisitos previos exigibles para poder cursar esta asignatura. Con los conocimientos adquiridos por el estudiante durante su primer año de estudio del Grado, será suficiente para que pueda comprender y asimilar todos los conceptos que se van a tratar en esta asignatura.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
Correo Electrónico	jplaza@cee.uned.es
Teléfono	
Facultad	
Departamento	

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	
Facultad	
Departamento	

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO (Coordinador de asignatura)
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	
Facultad	
Departamento	

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El estudiante tendrá a su disposición las siguientes figuras de profesorado:

- *El equipo docente:* Los profesores que integran el equipo docente, que son los responsables de la asignatura y los encargados de proponer y desarrollar el programa, atender el Curso virtual, elaborar los ejercicios de evaluación continua y las pruebas presenciales, así como de realizar el proceso de evaluación de los conocimientos. Estará a disposición del estudiante para atender sus dudas a través del aula virtual (mediante los foros temáticos) y también a través de correo electrónico y teléfono en el siguiente horario (dentro del calendario lectivo):

Jueves, de 10 a 14 h. Tel.: 91 398 73 55 Fax: 91 398 63 41

Correo electrónico: mreina@cee.uned.es

- *El profesor tutor:* Los estudiantes tienen un profesor tutor asignado en su centro asociado, al que pueden acudir en los horarios previstos para resolver sus dudas y comentar la evolución de su trabajo.

Es muy importante que el estudiante acuda a las tutorías establecidas en su Centro Asociado, para estar en contacto directo y personal con el profesor tutor de manera que este

pueda guiarle en su estudio, resolverle todas sus dudas y hacer un seguimiento de su aprendizaje a lo largo del curso.

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

En el enlace que aparece a continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura. Estas pueden ser:

•**Tutorías de centro o presenciales**: se puede asistir físicamente en un aula o despacho del centro asociado.

•**Tutorías campus/intercampus**: se puede acceder vía internet.

La información ofrecida respecto a las tutorías de una asignatura es orientativa. Las asignaturas con tutorías y los horarios del curso actual estarán disponibles en las fechas de inicio del curso académico. Para más información contacte con su centro asociado.

Consultar horarios de tutorización de la asignatura 65022047

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

CE04 - Poseer y comprender conocimientos acerca de la relación entre la empresa y su entorno

CE05 - Poseer y comprender conocimientos acerca de las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial

CE09 - Aplicar al análisis de los problemas y a la toma de decisiones criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos

CE11 - Competencia en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante

CE13 - Competencia para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados

CE04 - Poseer y comprender conocimientos acerca de la relación entre la empresa y su entorno

CE05 - Poseer y comprender conocimientos acerca de las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

¿Qué va a conocer el estudiante a través de esta asignatura? Todos los aspectos básicos de marketing que la empresa ha de tener en cuenta para poder actuar dentro del mercado.
¿Qué será capaz de hacer el estudiante al finalizar el estudio de esta asignatura? Sabrá con exactitud qué se entiende por marketing, habrá adquirido los conocimientos necesarios para tener una formación básica en esta disciplina y será capaz de identificar las herramientas que se utilizan en la actualidad por parte de las empresas y la finalidad de las mismas.

CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE MARKETING

CAPÍTULO 2. LOS PILARES DEL MARKETING

CAPÍTULO 3. LA HISTORIA DEL MARKETING

CAPÍTULO 4. Bueno, bonito, barato. EL PRODUCTO

CAPÍTULO 5. El que algo quiere algo le cuesta. EL PRECIO

CAPÍTULO 6. No solo hay que ser bueno, sino comunicarlo. LA PROMOCIÓN

CAPÍTULO 7. Hasta el infinito y más allá. LA DISTRIBUCIÓN

CAPÍTULO 8. EL ENTORNO ACTUAL Y LAS OPORTUNIDADES DE MARKETING

METODOLOGÍA

El estudiante dispondrá de un material didáctico básico (*Marketing. Qué, Cúando, Cómo y Dónde*) con el que deberá seguir el estudio de la asignatura. En dicho material encontrará una serie de elementos didácticos (off line y on line) que serán clave para el aprendizaje de la asignatura y que le serán de especial ayuda para comprender y asimilar los diferentes contenidos abordados a lo largo del texto.
A continuación se explican los distintos elementos que el estudiante podrá encontrar en el libro de texto básico y su finalidad:
En cada capítulo se han incluido elementos didácticos que servirán de ayuda a los alumnos en sus sesiones de estudio, para la comprensión de los diferentes temas tratados. Se comienza con un ***mapa conceptual*** que muestra los contenidos principales a tratar en el capítulo, seguido de una ***introducción y objetivos*** *del capítulo* cuya finalidad no es solo la de presentar el capítulo, sino la de señalar cuáles son los conceptos más relevantes y qué objetivos didácticos se han determinado a la hora de elaborarlo.
Como ayuda específica para el estudio también se incorpora un resumen de ***palabras clave*** que le servirá al alumno como sinopsis para conocer cuáles son los conceptos protagonistas del capítulo que ha de tener claros y sobre los que deberá poner especial interés.
A lo largo de los contenidos de cada uno de los capítulos del libro, se incluyen ejemplos tomados de la práctica empresarial real como apoyo a la comprensión y al estudio.
Para terminar, se incluye una ***bibliografía específica*** al final del capítulo. Se divide la bibliografía de esta manera para que el estudiante pueda localizar con facilidad las distintas referencias documentales y bibliográficas en función de la materia tratada en ellas. Se consigue de este modo una bibliografía "temática" para cada capítulo.
Dentro de los contenidos online, a los que el alumno podrá acceder introduciendo el código de acceso a la web de la editorial que contiene el libro bajo la tinta removible, encontrará herramientas didácticas adicionales para completar el estudio de cada uno de los capítulos. Herramientas como las ***lecturas recomendadas*** en las que se recogen diferentes textos, artículos o casos prácticos actuales, de lectura obligada para los estudiantes y de gran interés, ya que con ellos se pretende aportar una visión real y práctica de la teoría abordada a lo largo del capítulo; y por otro lado, ***enlaces de interés***, en los que el estudiante podrá encontrar una gran variedad de información y documentación adicional sobre los contenidos tratados, para que pueda profundizar en ellos si así lo desea.

Por último, encontrarán ***ejercicios de autoevaluación*** para que el alumno intente resolver en solitario y sobre los que se le proporcionarán claves para poder hacerlo. De este modo, el estudiante no solo realizará un ejercicio de reflexión intentando dar respuesta a las cuestiones planteadas, sino que gracias a esas ***claves para resolver los ejercicios***, realizará un repaso a lo largo de los distintos epígrafes del capítulo, para comprobar el acierto o no de sus respuestas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Las actividades formativas planificadas para esta asignatura son las siguientes:

- *Trabajo autónomo*: el estudiante deberá realizar un ejercicio de lectura, comprensión y asimilación de los contenidos teóricos de la asignatura, haciendo uso de los diferentes elementos de aprendizaje que el texto básico le ofrece tanto en su versión impresa como en su versión online, y que se han detallado en el apartado anterior de “Metodología”.
- *Trabajo con los profesores tutores y equipo docente*: Además de las orientaciones y los materiales de estudio elaborados por el equipo docente, el estudiante podrá comunicarse con los profesores del equipo docente con la finalidad de resolver todas las dudas que le puedan surgir a lo largo de su estudio y aclarar conceptos.

Del mismo modo tendrá a su disposición a los profesores tutores (véase el apartado de "tutorización") con los que podrá seguir las tutorías presenciales o virtuales, para resolver dudas y realizar las actividades propuestas a lo largo del curso.

El reparto recomendado de las horas del trabajo del estudiante que representan los ECTS es el siguiente: 60% para el trabajo autónomo y 40% para el trabajo con el equipo docente y profesores tutores.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen tipo test
Preguntas test	25
Duración del examen	90 (minutos)

Material permitido en el examen

Ningún material permitido.

Criterios de evaluación

Cada pregunta tiene una sola alternativa correcta. Los aciertos puntuan con un 0,4 y los errores penalizan con un (-0,2).

La puntuación mínima que ha de obtener el alumno para superar la asignatura es 5.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	0

Comentarios y observaciones

Los exámenes de reserva y el extraordinario de Diciembre no será tipo test. Constarán de cuatro preguntas a desarrollar.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? No
Descripción
Criterios de evaluación
Ponderación de la PEC en la nota final 0
Fecha aproximada de entrega
Comentarios y observaciones

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? Si
Descripción

A lo largo del curso el alumno podrá participar en el desarrollo de diferentes actividades dentro del Proyecto de Innovación Docente del que podrá ser partícipe esta asignatura. La participación en dichas actividades se podrá tener en cuenta a la hora de la calificación final del alumno, siempre y cuando se haya superado la asignatura con la nota mínima de 5. De todo ello se informará en su momento al alumno dentro del aula virtual.

Criterios de evaluación
Ponderación en la nota final 0
Fecha aproximada de entrega
Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La nota final es la obtenida en la prueba presencial.
A todos los alumnos que participen en las actividades del Proyecto de Innovación docente (si lo hubiese en esa convocatoria), se les tendrá en cuenta en el cálculo de su calificación final siempre y cuando hayan superado la prueba presencial con al menos un 5.
La puntuación de estas actividades complementarias se anunciará y publicará en el aula virtual en su momento.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788416466429
Título:MARKETING. QUÉ, CUÁNDO, CÓMO Y DÓNDE (2017)
Autor/es:Reina Paz, Mª Dolores ;
Editorial:Sanz y Torres, S. L.

La asignatura tiene como material básico el siguiente libro de texto:
MARÍA DOLORES REINA: “Marketing. Qué, Cuándo, Cómo y Dónde”. 2ª Edición. Editorial Sanz y Torres. Madrid, 2017.
Para el adecuado estudio de los contenidos de este texto básico, el estudiante deberá seguir las orientaciones que contiene la Guía de estudio, que encontrará a su disposición en el aula virtual.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

El estudiante al final de cada capítulo del libro de texto básico, encontrará una bibliografía complementaria sobre la materia tratada en cada capítulo.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El estudiante tendrá a su disposición, dentro del aula virtual una GUÍA DE ESTUDIO de la asignatura en la que encontrará el programa de la asignatura y todas las orientaciones necesarias para el estudio de los contenidos del mismo. Esta Guía será su máximo apoyo en el estudio de la asignatura, y resulta por tanto imprescindible para el aprendizaje, la correcta asimilación de conceptos y para la preparación de las pruebas de evaluación.
En el aula virtual del curso se irá también colgando a lo largo del curso recursos de aprendizaje como videos temáticos y material complementario actualizado, que servirá de apoyo para la comprensión de los distintos temas del programa de contenidos de la asignatura.
Por último, el estudiante cuenta con tres tipos de recursos de apoyo para cada uno de los temas del programa, que tendrá a su disposición en la parte online del libro, y que son de especial importancia para la asimilación de contenidos y para lograr los objetivos de aprendizaje planteados en esta asignatura. Estos recursos de apoyo son: las lecturas recomendadas, los enlaces de interés y los ejercicios de autoevaluación.

ADENDA AL SISTEMA DE EVALUACIÓN CON MOTIVO DE LA PANDEMIA COVID 19

https://app.uned.es/evacaldos/asignatura/adendasig/65022047

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.