



CAMPUS
DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL

PROCESO DE
COORDINACIÓN DE LAS
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingenieros
Industriales

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

55000603 - Introduccion al marketing

PLAN DE ESTUDIOS

05TI - Grado en Ingenieria en Tecnologias Industriales

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2017-18 - Primer semestre

Índice

Guía de Aprendizaje

1. Datos descriptivos	1
2. Profesorado	1
3. Competencias y resultados de aprendizaje	2
4. Descripción de la asignatura y temario	3
5. Cronograma	5
6. Actividades y criterios de evaluación	7
7. Recursos didácticos	10
8. Otra información	10

1. Datos descriptivos

1.1 Datos de la asignatura

Nombre de la Asignatura	55000603 - Introduccion al marketing
Nº de Créditos	3 ECTS
Carácter	Optativa
Curso	Cuarto curso
Semestre	Séptimo semestre
Período de impartición	Septiembre-Enero
Idioma de impartición	Castellano
Titulación	05TI - Grado en Ingenieria en Tecnologias Industriales
Centro en el que se imparte	Escuela Tecnica Superior de Ingenieros Industriales
Curso Académico	2017-18

2. Profesorado

2.1 Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías*
Miguel Angel Pelaez Garcia	Admon de Emp	miguelangel.pelaez@upm.es	- -Tutoría previa solicitud por correo electrónico
Teresa Sanchez Chaparro (Coordinador/a)		teresa.sanchez@upm.es	- -

* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

3.1 Competencias que adquiere el estudiante al cursar la asignatura

CE27F - Conocimiento de las estrategias y planes de marketing de la empresa. Comprensión del papel de dichas estrategias en la creación de valor

CG1 - Conocer y aplicar conocimientos de ciencias y tecnologías básicas a la práctica de la Ingeniería Industrial.

CG10 - Capacidad para generar nuevas ideas (Creatividad).

CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos para identificar, formular y resolver problemas dentro de contextos amplios y multidisciplinares, siendo capaces de integrar conocimientos, trabajando en equipos multidisciplinares.

CG4 - Comprender el impacto de la ingeniería industrial en el medio ambiente, el desarrollo sostenible de la sociedad y la importancia de trabajar en un entorno profesional y responsable.

CG5 - Saber comunicar los conocimientos y conclusiones, de forma oral, escrita y gráfica, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG6 - Poseer habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando a lo largo de la vida para su adecuado desarrollo profesional.

CG8 - Capacidad de trabajar en un entorno bilingüe (inglés-castellano).

CG9 - Organización y planificación en el ámbito de la empresa, y otras instituciones y organizaciones de proyectos y equipos humanos.

3.2 Resultados del aprendizaje al cursar la asignatura

RA510 - Habilidades: investigación, análisis, diagnóstico, creatividad, síntesis y comunicación

RA511 - Participar en proyectos de análisis, evaluación y diseño de programas completos de marketing

RA509 - Desarrollar actividades específicas de investigación, posicionamiento, diseño de productos y precios, planes de comunicación en proyectos completos de marketing sin perder la perspectiva global

RA268 - Capacidad de comunicar oral y por escrito los conocimientos adquiridos a especialistas y legos

RA318 - Creatividad

RA512 - Conocer mejor la función de marketing: Atractivo para el alumno, Aptitudes del alumno

4. Descripción de la asignatura y temario

4.1 Descripción de la asignatura

Asignatura que estudia de manera teórica y práctica los principios del Marketing en la empresa, estrategias de Producto, Precio, Distribución y Comunicación. La metodología de aprendizaje predominante es la realización de casos prácticos y presentaciones de los alumnos en clase.

4.2 Temario de la asignatura

1. Información general de la asignatura
2. Marketing: gestión con los clientes
3. La empresa y la estrategia de marketing
4. El entorno del marketing
5. La gestión de la información de marketing (investigación de mercados)
6. Comportamiento de compra de los consumidores
7. Segmentación, targeting y posicionamiento
8. Estrategia de producto, servicios y marca
9. Estrategia de precios
10. Estrategias de distribución

11. Estrategias de Comunicación
12. Marketing Online y Redes sociales
13. Responsabilidad Social Corporativa y Marketing

5. Cronograma

5.1 Cronograma de la asignatura*

Semana	Actividad Presencial en Aula	Actividad Presencial en Laboratorio	Otra Actividad Presencial	Actividades de Evaluación
1	clase magistral Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
2	clase magistral Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Exposiciones orales OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 00:30 Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
3	clase magistral Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
4	clase magistral Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
5	clase magistral Duración: 00:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
6	clase magistral Duración: 00:10 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
7				Examen EX: Técnica del tipo Examen EscritoEvaluación continua Duración: 02:00
8	clase magistral Duración: 10:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
9	clase magistral Duración: 00:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00
10	clase magistral Duración: 00:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Participación OT: Otras técnicas evaluativasEvaluación continua Duración: 02:00

11	<p>Clase Duración: 00:20 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>			<p>Trabajos en grupos PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación continua Duración: 00:45</p> <p>Participación OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación continua Duración: 02:00</p>
12	<p>clase Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>			<p>Participación OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación continua Duración: 02:00</p>
13	<p>clase Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>			
14	<p>clase Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>			
15	<p>clase Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p>			
16				
17				<p>Examen teórico-práctico que incluye todos la materia impartida durante el curso académico EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Duración: 00:00</p>

* El cronograma sigue una planificación teórica de la asignatura y puede sufrir modificaciones durante el curso.

6. Actividades y criterios de evaluación

6.1 Actividades de evaluación de la asignatura

6.1.1 Evaluación continua

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
2	Exposiciones orales	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:30	20%	5 / 10	CG5
2	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
3	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
4	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
5	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10

6	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
7	Examen	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	35%	5 / 10	CE27F
8	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
9	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
10	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
11	Trabajos en grupos	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	00:45	35%	5 / 10	CG9
11	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10

12	Participación	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	10%	0 / 10	CG1 CG3 CG4 CG8 CG5 CE27F CG6 CG9 CG10
----	---------------	--------------------------------	------------	-------	-----	--------	--

6.1.2 Evaluación sólo prueba final

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
17	Examen teórico-práctico que incluye todos la materia impartida durante el curso académico	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	No Presencial	00:00	100%	5 / 10	CE27F

6.1.3 Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

6.2 Criterios de Evaluación

- **Evaluación continua.** Se utilizará esta metodología para todos los alumnos matriculados.

- **Evaluación Final:**

Se utilizará esta metodología como excepción a la anterior.

Requerimiento: Enviar al profesor una carta firmada renunciando a la Evaluación continua.

Evaluación continua

Tipos de pruebas y peso en la nota final (recomendable superior al 35%):

- 35 % Controles escritos.

- 35% Trabajos individuales o en grupo.
- 20 % Exposiciones orales en sesión pública.
- 10 % Otros (especificquese): Participación

7. Recursos didácticos

7.1 Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Libro	Bibliografía	Manual Básico de la asignatura: Gary A. & Kotler Ph. (2013). "Introducción al Marketing". 3º Ed. Pearson.

8. Otra información

8.1 Otra información sobre la asignatura

Los recursos didácticos, casos a estudiar y artículos a discutir, se van actualizando permanentemente durante el desarrollo de la asignatura. La renovación de los casos de estudio es constante.