



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Fundamentos de Marketing
Código	E000008994
Título	Grado en Derecho
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Horario	2 horas/semana/ semestre
Descriptor	La función Marketing. El mercado.El producto. El precio. La distribución. La comunicación

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	David Felipe Martín García
Departamento / Área	Departamento de Marketing
Correo electrónico	dfmartin@icade.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>Esta asignatura introduce al alumno en una de las grandes áreas empresariales (Comercial-Marketing) para dotarle de una visión panorámica e introductoria de la misma. Además, proporciona al estudiante los conceptos y conocimientos básicos (mercado, producto, precio, distribución, comunicación, etc.), a la vez que trata de, en la medida de lo posible, hacerle "pensar en marketing", facilitándole una aproximación a la orientación al mercado, fundamental en el día a día empresarial.</p>
Prerequisitos
<p>La asignatura se impartirá en inglés. Por lo tanto, será necesario un conocimiento suficiente de esta lengua que permita el adecuado seguimiento de la asignatura.</p>

Competencias - Objetivos
Competencias



GENERALES		
CGI03	Capacidad de análisis y síntesis. Comprender y estructurar adecuadamente los conocimientos que se adquieren	
	RA1	Comprende y asimila conceptos y razonamientos, extrayendo la información relevante y relacionando adecuadamente las diferentes partes de que puede constar
	RA2	Conecta lo aprendido en el plano teórico con los problemas prácticos que plantea el ejercicio de la profesión
CGI04	Habilidad para la gestión de la información: obtención, análisis y recuperación de información proveniente de fuentes diversas	
	RA1	Utiliza las TIC de forma eficiente para la obtención y gestión de información
CGI06	Toma de decisiones	
	RA1	Plantea con sentido crítico e iniciativa las alternativas que presenta la solución de un problema y determina el alcance de cada una de ellas
	RA2	Argumenta y defiende la opción elegida, considerando los intereses en juego y las implicaciones de toda índole y asumiendo las consecuencias de esa opción
CGI07	Conocimiento de una segunda lengua	
	RA1	Dentro de un contexto empresarial, comprende el discurso oral y escrito y se comunica de forma oral y escrita en inglés de acuerdo con las competencias fijadas por el Marco de referencia Europeo para las Lenguas para los niveles B2/C1
CGS11	Capacidad de aprender, autonomía en el aprendizaje, aprender a aprender como parte de un proceso permanente	
	RA1	Busca y utiliza adecuadamente los instrumentos que le permitan mejorar su aprendizaje y tener autonomía a la hora de profundizar o ampliar su conocimiento
	RA2	Asimila el aprendizaje como proceso permanente de actualización y mejora que exige estar al día de los cambios
CGS12	Capacidad de adaptación a nuevas situaciones	
	RA1	Aplica los conocimientos adquiridos en las asignaturas obligatorias a los nuevos ámbitos o parcelas abiertos por las asignaturas optativas
ESPECÍFICAS		



CEA10	Conocimiento de los conceptos básicos y las técnicas instrumentales de análisis y decisión en marketing	
	RA1	Desarrolla una perspectiva amplia sobre problemas contemporáneos de marketing
	RA2	Sabe elaborar un plan estratégico de marketing y desarrollar su puesta en marcha
CEP10	Capacidad de entender textos especializados en inglés	
	RA1	Comprende textos internacionales de carácter económico y empresarial en inglés

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Topic 1. The Marketing Function

Topic 2. The market

Topic 3. The product

Topic 5. The price

Topic 5. The Distribution

Topic 6. The communication

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Libros

- **Kotler, P. y Keller, K. L., Marketing Management, 14th Edition , Ed. Pearson - Prentice-Hall, New Jersey**
- **Kotler, Keller, Brady, Goodman y Hansen, Marketing Management, 1st European Edition, Prentice-Hall** (<https://www.amazon.com/Marketing-Management-European-Philip-Kotler/dp/0273718568>)
- **Stanton, W.J., Marketing Management, last edition, Ed. McGraw Hill**

Páginas web

- **Marketing News, Marketing Directo, Anuncios, Distribución y Actualidad, CanalDis, Puro Marketing, Alimarket, Brandchannel, etc.**

Bibliografía Complementaria

Diversos artículos recomendados *ad hoc* por el profesor según los intereses e inquietudes de los alumnos



METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura se desarrolla de dos maneras distintas: Un primera parte centrada en la adquisición de los conocimientos y las competencias propias. Y una segunda parte, consistente en trabajos sobre la materia dirigidos al establecimiento de una relación emocional entre el alumno y la asignatura, trascendiendo el ámbito puramente cognitivo para intentar conseguir que el alumno "piense en marketing".

Metodología Presencial: Actividades

Clases magistrales	CGI06, CGI07, CEA10, CEP10
Actividades de refuerzo y complemento	CGI06, CGI07, CGS11, CGS12, CEA10
Realización de pruebas y exámenes	CGI03, CGI06, CEP07

Metodología No presencial: Actividades

Preparación de los temas. Lectura previa	CGI06, CGI07, CGS11, CEA10
Realización de Trabajos Dirigidos en equipo y fuera del aula.	CGI03, CGI04, CGI06, CGI07, CGS11, CEA10, CEP07, CEP10
Búsqueda de ejemplos idóneos a las casuísticas planteadas	CGI04, CGI07, CGS11, CGS12, CEA10
Estudio personal de la materia	CGI03, CGI07, CGS11, CEA10, CEP10

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Lección Magistral	Clases prácticas
17.00	13.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio y relación de las lecciones magistrales	Preparación de la resolución de los casos prácticos y trabajos dirigidos



25.00

20.00

CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen de contenidos con preguntas de carácter teórico y teórico-práctico	Dominio de los contenidos teóricos Aplicación de la teoría a la práctica Respuesta completa y correcta a cada una de las preguntas, adaptada a la pregunta, su planteamiento y sus requisitos	50 %
Trabajos a realizar en grupo y fuera del aula con una temática concreta y unos ítems específicos	La profundidad de los contenidos. Documentación y calidad de las fuentes Capacidad de análisis y síntesis Expresión escrita y gráfica Presentación y diseño	40 %
Búsqueda de ejemplo idóneos para casuísticas concretas	Idoneidad Vigencia Originalidad	5 %
Participación y asistencia del alumno a clase	Frecuencia Participación activa Realización de actividades diversas sobre los diferentes temas en el aula	5 %

Calificaciones

Para poder hacer el examen final de contenidos en la convocatoria ordinaria se tiene que haber asistido al menos a 2/3 de las sesiones presenciales y haber entregado el trabajo de grupo.

Es imprescindible que el alumno apruebe/libere cada parte por separado, el examen de teoría y el trabajo de grupo, para después poder hacer la media ponderada [50% Teoría + 40% Trabajo de grupo + 5% Búsqueda ejemplos + 5% Participación del alumno].



Si el alumno no superara la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque:

1. **No ha superado los contenidos (teoría), pero tiene un desempeño global suficiente en el Trabajo de grupo:** Deberá repetir el examen en convocatoria extraordinaria. Se mantendrán en este caso los porcentajes y las calificaciones obtenidas en la parte superada.
2. **Sí ha superado los contenidos (teoría), pero su rendimiento en el Trabajo de grupo ha sido insuficiente (o no lo ha realizado):** Deberá realizar un plan especial de prácticas (previamente preparado por el equipo docente y equivalente a 60 horas de trabajo personal) que le facilitará el profesor y lo entregará en la fecha prevista para la realización del examen de la convocatoria extraordinaria. La calificación obtenida en las partes aprobadas se guardará y la calificación final de la convocatoria extraordinaria se calculará según los porcentajes establecidos para cada una de ellas.
3. **No ha superado los contenidos (teoría) ni el Trabajo de grupo:** Deberá hacer el examen en la convocatoria extraordinaria y realizar un plan especial de prácticas (previamente preparado por el equipo docente y equivalente a 60 horas de trabajo personal) y presentarlo el día previsto para el examen de la convocatoria extraordinaria o con anterioridad a dicha fecha, de acuerdo con lo acordado con el profesor.

En todos estos casos la calificación que figurará en las Actas de la convocatoria ordinaria será siempre la obtenida en la parte no superada.

Los alumnos en tercera convocatoria deberán cursar de nuevo la asignatura completa. El programa que guiará cada convocatoria será el vigente en cada año académico.

No obstante, y sólo para aquellos alumnos que se encuentren en esta situación habiendo cursado realmente la asignatura, se les permitirá que opten por la realización de una examen final de teoría y la presentación de un plan especial de prácticas.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Examen de contenidos	Fechas prevista por Jefatura de Estudios	
Trabajo en grupo	A lo largo del cuatrimestre	Penúltimo día de clase
Búsqueda de ejemplo idóneos para diversas casuísticas	Según el transcurso de la parte teórica	Semana 4; semana 6; semana 8; semana 10, y semana 12

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos [que ha aceptado en su matrícula](#) entrando en esta web y pulsando "descargar"



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2019 - 2020**

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>