

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Administración y Dirección de Empresas
Asignatura	Marketing Sectorial
Módulo	Dirección e Investigación Comercial
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Segundo Semestre
Créditos totales	6
Curso	3º - 4º
Carácter	Optativa
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia. Trabajo presencial:	C1
a. Enseñanzas Básicas (EB):	50%
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	50%
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas y Generales

CGI1 - Capacidad de análisis y síntesis.
 CGI2 - Capacidad de organización y planificación.
 CGI7 - Capacidad para la resolución de problemas.
 CGI8 - Capacidad para tomar decisiones.
 CGI9 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
 CGP1 - Capacidad para trabajar en equipo.

CGP4 - Habilidad en las relaciones personales.
CGP6 - Capacidad crítica y autocrítica.
CGP8 - Trabajar en entornos de presión.
CGS3 - Capacidad de aprendizaje autónomo.
CGS4 - Creatividad.
CGS5 - Motivación por la calidad.
CGS6 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
CGS8 - Liderazgo.

2.2. Competencias Transversales

CT1 - Comunicación oral y escrita en castellano.
CT2 - Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.
CT4 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
CT6 - Compromiso ético en el trabajo.
CT7 - Sensibilidad hacia temas ambientales y sociales.
CT8 - Actuar de acuerdo con criterios de responsabilidad social, principios de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.

2.3. Competencias Específicas

CE03 - Manejar las variables comerciales que permitan alcanzar los objetivos deseados, dominar las técnicas de investigación comercial, entender el comportamiento de los consumidores, y conocer el marketing sectorial.

3. CONTENIDOS

Marketing Sectorial: Marketing de consumo. Marketing industrial. Marketing de servicios. Marketing no lucrativo. Marketing político. Marketing deportivo.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PORCENTAJES
Enseñanzas Básicas: se imparte sobre un grupo completo, e incorpora la enseñanza teórica, los fundamentos metodológicos y los conceptos esenciales de la disciplina. Podrán incorporarse también conferencias, proyecciones, visitas, etc.	22,5	50%
Enseñanzas de Prácticas y de Desarrollo: se imparten sobre grupos reducidos: su contenido versa sobre las prácticas en laboratorio y sobre el desarrollo de casos prácticos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante.	22,5	50%

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Las Enseñanzas Básicas estarán orientadas principalmente a que el estudiante adquiera las competencias específicas del módulo y las competencias instrumentales.

Mediante las Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo se reforzarán tanto las competencias específicas como las competencias instrumentales, mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos y técnicas aprendidas a problemas, situaciones y casos estructurados.

Todas las materias incluyen el uso de la Plataforma Virtual, para facilitar el aprendizaje autónomo y el manejo de los recursos TIC.

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación se regirá conforme a lo establecido por la Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, de 3 de junio de 2014, siendo, de acuerdo con dicha normativa, la evaluación continua el sistema considerado como preferente, pudiéndose aplicar de modo general a las Enseñanzas Básicas, Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo y Actividades Dirigidas, de modo que se garantice al estudiante la posibilidad de adquirir las competencias y conocimientos de un modo progresivo y secuenciado.

Cuando las actividades formativas incluyen el uso de aplicaciones informáticas, la evaluación podrá incluir también pruebas en el uso de tales aplicaciones.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Examen o prueba objetiva de carácter teórico práctico escrita u oral.	50%
Evaluación de las actividades formativas realizadas por el alumno durante el período de impartición de la materia. Trabajos o proyectos, individuales o en grupo, participación del alumno en las Enseñanzas Básicas, Enseñanzas Prácticas y Desarrollo y Actividades Dirigidas, lecturas, prácticas, exposiciones, pruebas y presentaciones.	50%

7. PROFESORADO

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	