

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación Digital
Asignatura	Marketing
Módulo	Módulo I. Básico de Ciencias Sociales
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Primer semestre
Créditos totales	6
Curso	1º
Carácter	Formación Básica
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	Tipo 0
a. Enseñanzas Básicas (EB):	100% (45 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas

CB01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB03	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes

	(normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética	
CB04	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado	

2.2. Competencias Generales

CG02	Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales	
CG06	Desarrollo de capacidades que permitan a los alumnos reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político	
CG07	Capacidad y habilidad para diseñar investigaciones motivacionales y sociológicas aplicadas a la comunicación	
CG11	Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales	
CG19	Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y de las herramientas que lo componen	
CG20	Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados	

2.3. Competencias Transversales

CT01	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora	
CT02	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo	
CT03	Resolver problemas y tomar decisiones	
CT04	Capacidad para planificar y gestionar el tiempo en el desarrollo de tareas	
CT05	Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo	
CT07	Adquirir habilidades para liderar un equipo	
CT09	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos	
CT10	Localizar y gestionar documentación e información	
CT11	Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial	
CT14	Aplicar la ética y la deontología y preocuparse por la calidad y el rigor	

2.4. Competencias Específicas

No se contemplan para esta asignatura.

3. CONTENIDOS

Concepto y definiciones. Evolución histórica. El papel del Marketing en las Organizaciones. El papel del Marketing en la Economía. Conducta del consumidor. Necesidades y conducta. Tipos de necesidades. Proceso de decisión de compra. Tipos de mercado. Segmentación. El análisis de la demanda. El análisis de la competencia. Investigación de mercados. Fases de la investigación comercial. Marketing Operativo (producto, precio, distribución y comunicación).

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Resolución de problemas (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Debates (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Ejercicios de simulación (AP)
- Preparación de trabajos de curso (AA)

Estudio personal (AA)
 Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
 Comentario de texto (AA)
 Preparación de presentaciones (AA)
 Campus virtual (AA)
 Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas
 Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

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
Prueba objetiva: escrita u oral	70 %
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	30 %
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	0%

7. PROFESORADO

Información disponible en la Guía Docente.