

## FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado</b>	Comunicación
<b>Asignatura</b>	<b>Pan de Marketing</b>
<b>Módulo</b>	Módulo VII. Optativas Obligatorias de Mención (Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas)
<b>Área Departamental</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>Semestre</b>	Sexto semestre
<b>Créditos totales</b>	6
<b>Curso</b>	3º
<b>Carácter</b>	Formación Optativas
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano

<b>Modelo de docencia:</b>	<b>Tipo A1</b>
<b>a. Enseñanzas Básicas (EB):</b>	68% (31 horas)
<b>b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):</b>	32% (14 horas)
<b>c. Actividades Dirigidas (AD)</b>	

### 2. COMPETENCIAS

#### 2.1. Competencias Básicas y Generales

No se contemplan para esta asignatura.

#### 2.2. Competencias Transversales

No se contemplan para esta asignatura.

### 2.3. Competencias Específicas

**CEM14** - Capacidad para analizar, planificar y elaborar las estrategias de comunicación de empresas e instituciones, con la finalidad de obtener la percepción deseada ante el público objetivo y de contribuir a la consecución de sus objetivos, así como mejorar su competencia e imagen corporativa por medio de acciones planificadas de responsabilidad social corporativa.

**CEM15** - Capacidad para gestionar la comunicación interna y externa, en distintos soportes, de todo tipo de organizaciones, así como para elaborar y ejecutar un plan de prevención y actuación en situaciones de crisis.

**CEM16** - Capacidad para analizar la estrategia de Relaciones Públicas de Empresas o Instituciones, identificando los conflictos potenciales o reales, proponiendo una actuación consecuente con el análisis efectuado.

**CEM17** - Dominar y aplicar un proceso de planificación global, comercial, estratégico y de marketing, siendo capaz de adaptarlo al entorno y organización en el que se desarrolle.

## 3. CONTENIDOS

Planificación global, comercial, estratégica y de marketing. Ventajas del plan de marketing. Consideraciones. Fases y etapas de elaboración. Análisis de la situación: análisis externo e interno. Sistemas de información. Diagnóstico de la situación. Herramientas. DAFO. Matriz de posición competitiva. Fijación de objetivos. Elección de estrategias: cartera, segmentación, posicionamiento, funcional. Definición de los planes de acción.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP):</b> se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
<b>Actividades Autónomas (AA):</b> El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0

<b>Actividades de Evaluación (AE):</b> 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)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Debates (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Ejercicios de simulación (AP)
- Visitas a empresas (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Resolución de casos de forma interactiva (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Elaboración de proyectos (AA)
- Revisión de Proyectos (AA)
- Estudio personal (AA)
- Realización de actividades prácticas (AA)
- Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
- Preparación de presentaciones (AA)
- Campus virtual (AA)
- Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
- 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:

<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Prueba objetiva: escrita u oral	<b>60%</b>
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	<b>30 %</b>
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	<b>10%</b>

## 7. PROFESORADO

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