

**Fundamentos del marketing / Marketing fundamentals
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Básica
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Presencial / Classroom
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing. • Decisiones sobre producto. • Decisiones sobre precio. • Decisiones sobre distribución. • Decisiones sobre comunicación. <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduction to marketing • Product decisions. • Pricing decisions. • Distribution decisions. • Communication decisions. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Habilidades y destrezas	<p>HD04 Diseñar acciones de marketing en entornos digitales basadas en la analítica de datos para dar respuesta a las necesidades del mercado y el consumidor. / Designing marketing actions in digital environments based on data analytics to respond to the needs of the market and the consumer.</p> <p>HD07 Utilizar herramientas financieras y de negocio basadas en la ciencia de datos para la valoración de la viabilidad de proyectos empresariales y carteras. / Using financial and business tools based on data science to assess the viability of business projects and portfolios.</p> <p>HD11 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del ámbito de la analítica de negocio y empresarial. / Project alternative approaches, seek solutions and generate value in complex and changing contexts.</p>
	Competencias	<p>CP02 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de inteligencia y analítica de negocio que permita a la empresa adaptarse a los cambios que promueven los entornos digitales. / Make business decisions with an analytics and business intelligence perspective that allows the company adapt to the changes promoted by digital environments.</p> <p>CP03 Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional empresarial y de negocios. / Defend own ideas and arguments in a professional context.</p> <p>CP04 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del ámbito empresarial sobre la base del reconocimiento y del respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international environments based on recognition and respect for diversity.</p> <p>CP05 Actuar en el área empresarial y de la analítica de datos de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional. / Act honestly, ethically, sustainably, socially responsible and respectful of human rights and diversity, both in academic and professional practice.</p>
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los conceptos fundamentales del marketing y los aspectos a tener en cuenta para la comercialización de los productos. • Ser capaz de analizar los aspectos fundamentales para la toma de decisiones en relación a la comercialización, el precio y la distribución de productos. <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> • To know the fundamentals of marketing and the elements to be considered for the commercialization of products. • To be able to analyze the fundamentals for decision making in relation to marketing, pricing and distribution of products. 		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	28
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	28
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	76
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

**Fundamentos del marketing
(Modalidad virtual)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Básica
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Virtual
Idioma		Castellano
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing. • Decisiones sobre producto. • Decisiones sobre precio. • Decisiones sobre distribución. • Decisiones sobre comunicación. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Habilidades y destrezas	<p>HD04 Diseñar acciones de marketing en entornos digitales basadas en la analítica de datos para dar respuesta a las necesidades del mercado y el consumidor.</p> <p>HD07 Utilizar herramientas financieras y de negocio basadas en la ciencia de datos para la valoración de la viabilidad de proyectos empresariales y carteras.</p> <p>HD11 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del ámbito de la analítica de negocio y empresarial.</p>
	Competencias	<p>CP02 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de inteligencia y analítica de negocio que permita a la empresa adaptarse a los cambios que promueven los entornos digitales. .</p> <p>CP03 Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional empresarial y de negocios.</p> <p>CP04 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del ámbito empresarial sobre la base del reconocimiento y del respeto a la diversidad.</p> <p>CP05 Actuar en el área empresarial y de la analítica de datos de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.</p>
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los conceptos fundamentales del marketing y los aspectos a tener en cuenta para la comercialización de los productos. • Ser capaz de analizar los aspectos fundamentales para la toma de decisiones en relación a la comercialización, el precio y la distribución de productos. 		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	13
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	13
Actividades Dirigidas Asíncronas	30
Tutorías	12
Trabajo autónomo	76
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120