

Fundamentos del marketing / Marketing Fundamentals

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Básica / Basic	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 1	
Modalidad	Virtual / Virtual	
Idioma	Español e Inglés / Spanish and English	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing. • El entorno de marketing. • El comportamiento de compra del consumidor y las organizaciones. • Segmentación de mercados y posicionamiento. • Conceptos básicos de marketing mix. • Conceptos básicos de comunicación de marketing. ---- • Introduction to Marketing. • The Marketing Environment. • Consumer and Organizational Buying Behavior. • Market Segmentation and Positioning. • Basic Concepts of Marketing Mix. • Basic Concepts of Marketing Communication. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context
	Habilidades y destrezas	HD07 Desarrollar el plan de marketing de una organización en base a sus necesidades y objetivos. / Develop the marketing plan of an organization based on its needs and objectives
	Competencias	CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions with a perspective of global corporate strategy CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing contexts CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international environments based on the recognition and respect for diversity CP14 Actuar 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 in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity, both in academic and professional practice.

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

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