Marketing Táctico y Gestión de Ventas / Operational Marketing and Sales Management (Modalidad presencial)

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria / Compulsory subject	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 2	
Modalidad	Presencial	
Idioma	Castellano e inglés / Spanish and English	
Contenidos	• Producto y branding en un contexto global. • Pricing. • Planificación de medios publicitarios. • Promoción y Comunicación Integrada de Marketing (CIM) • Integración de actividades de Marketing ATL y BTL. • Gestión de la relación con clientes (CRM) • Sales management. --- • Product and branding in a global context. • Pricing. • Media planning. • Promotion and Integrated Marketing Communications (IMC). • Integration of Above The Line (ATL) and Below The Line (BTL) marketing activities. • Customer Relationship Management (CRM). • Sales management.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	**Conocimientos y contenidos**	CC06 Reconocer el ciclo de ventas de manera efectiva, desde la prospección hasta el cierre, identificando las estrategias de ventas y técnicas de negociación utilizadas/ Recognize the sales cycle effectively, from prospecting to closing, identifying the sales strategies and negotiation techniques used.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP02 Diseñar planes de marketing y ventas efectivos, optimizando los recursos y alcanzando los objetivos comerciales/ Design effective marketing and sales plans, optimizing resources and achieving commercial objectives. CP09 Gestionar las ventas, incluyendo la planificación y ejecución de estrategias de ventas efectivas, la negociación y el cierre de acuerdos comerciales/ Manage sales, including the planning and execution of effective sales strategies, negotiation, and closing of commercial agreements.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
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**

Marketing Táctico y Gestión de Ventas
(Modalidad virtual)

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 2	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	• Producto y branding en un contexto global. • Pricing. • Planificación de medios publicitarios. • Promoción y Comunicación Integrada de Marketing (CIM) • Integración de actividades de Marketing ATL y BTL. • Gestión de la relación con clientes (CRM) • Sales management.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	**Conocimientos y contenidos**	CC06 Reconocer el ciclo de ventas de manera efectiva, desde la prospección hasta el cierre, identificando las estrategias de ventas y técnicas de negociación utilizadas.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad CP02 Diseñar planes de marketing y ventas efectivos, optimizando los recursos y alcanzando los objetivos comerciales. CP09 Gestionar las ventas, incluyendo la planificación y ejecución de estrategias de ventas efectivas, la negociación y el cierre de acuerdos comerciales.

Actividades formativas	**Horas totales**
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
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**