

**Plan de marketing / Marketing Plan**

<b>Número total de créditos ECTS</b>		6
<b>Tipología</b>		Obligatoria / Compulsory subject
<b>Organización temporal</b>		Curso 4; Semestre 7
<b>Modalidad</b>		Virtual / Virtual
<b>Idioma</b>		Español e Inglés / Spanish and English
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición del plan de marketing</li> <li>• Fase analítica.</li> <li>• Fase táctica.</li> <li>• Fase operativa.</li> <li>• Fase de control.</li> <li>----</li> <li>• Definition of the marketing plan.</li> <li>• Analytical phase.</li> <li>• Tactical phase.</li> <li>• Operational phase.</li> <li>• Control phase.</li> </ul>	
<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	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 CC05 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales. / To learn tools for the development of innovative and distinctive entrepreneurship projects
	<b>Habilidades y destrezas</b>	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
	<b>Competencias</b>	CP03 Integrar las políticas de RSC de una compañía en su estrategia de marketing relacional bajo los principios y valores democráticos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. / Integrate a company's Corporate Social Responsibility (CSR) policies into its relational marketing strategy under the democratic principles and values of the Sustainable Development Goals. CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions with a perspective of global corporate strategy CP05 Adaptar las variables del marketing mix a los objetivos estratégicos de promoción y comunicación de una organización. / Adapt the variables of the marketing mix to the strategic objectives of promotion and communication for an organization CP08 Integrar la percepción psicológica y el comportamiento del consumidor en la definición de estrategias de marketing. / Integrate psychological perception and consumer behavior into the definition of marketing strategies 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

<b>Actividades formativas</b>	<b>Horas totales</b>
Clases Expositivas	8
Seminarios	2
Clases prácticas	18
Actividades Dirigidas Asíncronas	30
Tutorías	12
Trabajo autónomo	76
Prueba de evaluación final	4
<b>Total</b>	<b>150</b>

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