

Política de Promoción / Promotion Policy

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 2; Semestre 4
Modalidad		Virtual / Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La promoción como variable de marketing • Herramientas del mix promocional • Creatividad publicitaria y publicidad persuasiva • Las políticas de comunicación publicitaria • Técnicas de promoción en el punto de venta. • Las relaciones públicas como herramienta estratégica de comunicación • Tendencias promocionales en el entorno digital. ---- • Promotion as a marketing variable. • Tools of the promotional mix. • Creative advertising and persuasive advertising. • Advertising communication policies. • Promotion techniques at the point of sale. • Public relations as a strategic communication tool. • Promotional trends in the digital environment. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos 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 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
	Habilidades 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	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
--	--	--

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas	8
Seminarios	2
Clases prácticas	18
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