Universidad de Navarra

Dirección Comercial I

Guía docente 2024-25

PRESENTACIÓN

Breve descripción: *Dirección Comercial I* tiene la intención de introducir los conceptos clave y las teorías de marketing a los estudiantes. Sus objetivos principales consisten en proporcionar a los gestores del mañana un sólido conocimiento de la teoría de marketing, fomentar la creación de una mentalidad de marketing y desarrollar su capacidad para aplicar los instrumentos de marketing a los desafíos que enfrentan las organizaciones.

- **Titulación**: ADE+Derecho
- **Módulo/Materia**: Marketing. Dirección Comercial
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: Cuarto curso. Primer semestre
- **Carácter**: Obligatorio Doble Grado ADE+Derecho. Optativa para los estudiantes del Grado en Economía
- **Profesorado**: **Cristina Etayo** (cetayo@unav.es)
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**

COMPETENCIAS

Competencias básicas:

CB2 – Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 – Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 – Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 – Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG2 – Identificar, integrar y utilizar los conocimientos adquiridos en el argumento, discusión o resolución de problemas relevantes para lo económico y empresarial.

CG3 – Dominar herramientas informáticas, matemáticas o técnicas relevantes para la actividad académica y profesional en lo económico y empresarial.

CG4 – Trabajar en equipo.

CG5 – Razonar de forma autónoma y crítica en temas relevantes para lo económico y empresarial.

Universidad de Navarra

Competencias específicas (ADE):

CE7 – Analizar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito del Marketing.

CE8 – Desarrollar casos prácticos en temas relevantes en lo económico y empresarial.

CE15 – Conocer las técnicas de investigación de mercado.

Competencias específicas optativas (ECO):

CE3. Adquirir y/o profundizar aspectos prácticos de la empresa, tales como la creación, administración, y valoración de empresas.

CE4. Profundizar los conocimientos y/o habilidades en áreas de actividad empresarial tales como contabilidad, finanzas, dirección de proyectos, control de calidad, etc.

PROGRAMA

Capítulo 1: Marketing: Gestión de la creación de valor y compromiso

Capítulo 2: Estrategia de la empresa y de marketing

Capítulo 3: Análisis del entorno de marketing

Capítulo 4: Gestión de la información de marketing para obtener información de los clientes

Capítulo 5: Mercados de consumidores y conductas de compra – B2C

Capítulo 6: Mercados organizacionales y conductas de compra corporativas – B2B

Capítulo 7: Estrategia de marketing orientada al cliente – STP

Capítulo 8: Producto, servicios y marcas: Crear valor

Capítulo 9: Desarrollo de nuevos productos y gestión del ciclo de vida del producto

Capítulo 10: Fijación del precio: Compresión y captura de valor para el cliente

Capítulo 11: Estrategias de precio: consideraciones adicionales

Capítulo 12: Canales de marketing: Distribuir el valor para el consumidor

Capítulo 13: Minoristas y mayoristas

Capítulo 14: Comprometer y comunicar el valor para el cliente: Estrategia de comunicación

Capítulo 15: Publicidad y relaciones públicas

Capítulo 16: Venta personal y promoción de ventas

Capítulo 17: Marketing directo, online, en redes sociales y en teléfonos móviles

Capítulo 18: Marketing sostenible: Responsabilidad social y ética

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- **Sesiones teóricas**
- **Sesiones prácticas**
- **Lecturas**
- **Examen**

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Examen final: 100% de la nota

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Examen final: 100% de la nota

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra. Cristina Etayo Pérez (cetayo@unav.es)

- Despacho 2090. Edificio Amigos. Segunda planta de la hilera
- Horario de tutoría: Martes de 12.00h a 14.00h

BIBLIOGRAFÍA

Manual

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. 17º ed. Pearson Educación. [Recurso electrónico]

Bibliografía complementaria

Santesmases, M., Merino, M. J., Sánchez, J., & Pintado, T. (2018). *Fundamentos de Marketing*. 2º edición. Editorial Pirámide. Localízalo en la biblioteca.