



PRESENTACIÓN

Breve descripción:

- **Titulación:** Grado en Administración y Dirección de Empresas
- **Módulo/Materia:** 7.2 Optativas específicas
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 2º - primer semestre
- **Carácter:** Optativa
- **Profesorado:** Pablo Frauca
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:** <https://www.unav.edu/web/facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales/estudiantes/horarios>.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

- CEOP7 Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y/o estrategias en la empresa.
- CEOP8. Desarrollar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito de la producción, logística o marketing
- CEOP9. Identificar las nuevas tendencias en el ámbito del marketing, operaciones y/o modelos de negocios.
- CEOP10. Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores claves en la competitividad de las empresas
- CEOP11. Dominar las metodologías de gestión de proyectos y análisis de procesos como herramientas básicas para la toma de decisiones en una empresa.

PROGRAMA

Capítulo 1: Perspectivas generales de marketing: conceptos básicos

Capítulo 2: Estrategia de la empresa

Capítulo 3: El entorno y su impacto en la estrategia de Marketing

Capítulo 4: Visión estratégica del precio. Aspectos básicos

Capítulo 5: La información de marketing: obtenerla, analizarla y explotarla

Capítulo 6: Visión estratégica del producto y de la marca

Capítulo 7: Visión estratégica del precio

Capítulo 8: Visión estratégica de la distribución

Capítulo 9: Visión estratégica de la comunicación

Capítulo 10: Sostenibilidad y marketing



ACTIVIDADES FORMATIVAS

- **Sesiones teórico-prácticas:** La teoría del marketing será presentada a los alumnos fomentando su participación en todo momento, tanto en sesiones teóricas como en los análisis de casos. El objetivo es que los alumnos aprendan a desarrollar y defender sus argumentos por ellos mismos, como si de un verdadero departamento de marketing se tratase.
- **Oradores invitados:** Adicionalmente, habrá sesiones con la presencia de profesionales de marketing, que profundizarán, desde su experiencia real, en algunos de los temas de las sesiones.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Trabajos en grupo	30
Examen final	60
Actitud y participación en clase	10

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Examen	100

HORARIOS DE ATENCIÓN



Universidad
de Navarra

- Horario y lugar de tutoría: A concretar con el profesor por mail

BIBLIOGRAFÍA

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principios de Marketing*. 17º ed. Pearson Educación.
[Localízalo en la biblioteca.](#)

Lecturas del Harvard Business publishing (se irán dando los casos a lo largo del curso)