



GUÍA DOCENTE 2013-2014
Marketing Industrial

1. Denominación de la asignatura:

Marketing Industrial

Titulación

Grado de Organización Industrial

Código

6222

2. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Ingeniería Civil

3.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Ignacio Fontaneda González

3.b Coordinador de la asignatura

Ignacio Fontaneda González

4. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Tercer curso - Quinto semestre

5. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



6. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

7. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

Competencias Generales Instrumentales:

- Demostrar la capacidad de análisis y síntesis.
- Demostrar habilidades para la planificación, organización y estrategia.
- Expresarse correctamente en castellano, tanto de forma oral como escrita.
- Poseer conocimientos sólidos que permitan la comunicación oral y escrita de un idioma extranjero, preferiblemente el inglés.
- Desarrollar la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Desarrollar la capacidad de búsqueda y gestión de la información.
- Poseer la capacidad para la toma de decisiones.

Competencias Personales:

- Desarrollar el razonamiento crítico.
- Desarrollar las habilidades interpersonales.
- Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo.
- Desarrollar la capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.
- Adquirir compromiso con la ética y la responsabilidad social.

Competencias Sistemáticas:

- Desarrollar la capacidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.
- Adquirir la capacidad de aprendizaje autónomo y preocupación por el saber y la formación permanente.
- Desarrollar la capacidad para la adaptación a nuevas situaciones.
- Desarrollar la capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
- Demostrar capacidad de liderazgo.
- Ser capaz de trabajar de forma autónoma.
- Mostrar iniciativa y espíritu emprendedor.
- Mostrar motivación por la calidad y mejora continua.

Competencias Específicas Disciplinarias:

- Conocimientos sobre planificación y desarrollo de nuevos productos y procesos

Competencias Específicas Profesionales:

- Capacidad para la Dirección General de empresas, especialmente empresas industriales o de servicios con un contenido tecnológico relevante.
- Capacidad para la Gestión de Marketing y Comercial.



8. Programa de la asignatura

8.1- Objetivos docentes
Capacitar al alumno para: • La gestión del marketing industrial. • Adoptar las decisiones de comercialización de los productos y servicios de la empresa • Elaboración de planes de marketing. - o Estudio e investigación de mercados. - o Definición de mercado objetivo. - o Diseño de nuevos productos. - o Establecimiento de precios. - o Diseño de sistemas de distribución. - o Plan de comunicación de la empresa. • Medir de la satisfacción del cliente.
8.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
Marketing Industrial Introducción a la dirección comercial La función de marketing Mercado Producto Precio Distribución Comunicación



Investigación comercial

La fuerza de ventas

Satisfacción del cliente

Plan de marketing

Responsabilidad Social

8.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Gabín, M^a Amparo de la encarnación , Gestión comercial y servicio de atención al cliente, Thomson Paraninfo,

Kotler, P, Dirección de Marketing, Prentice Hall,

Lambin, JJ, Marketing estratégico, Esic Editorial,

Santesmases Mestre, M, Marketing; concepto y estrategias, Piramide,

9. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	Todas	22	36	58
Clases prácticas	Todas	22	36	58
Seminarios, Debates, Tutorías, ...	Todas	4	15	19
Realización de trabajos, Informes, Memorias y Pruebas de Evaluación	Todas	6	9	15
Total		54	96	150



10. Sistemas de evaluación:

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Evaluación continua	20 %	20 %
Plan de marketing personal	20 %	20 %
Exposición en clase (grupo 2-3 personas)	20 %	20 %
Prueba final	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

Evaluación que consistirá en la realización y presentación de los trabajos desarrollados durante el curso, tanto oralmente como escritos (40%). Además de evaluación de adquisición de competencias y conocimientos a través de pruebas escritas (30%) y orales (30%)

11. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

- o Pizarra y Proyector.
- o Aula de ordenadores para determinadas prácticas.
- o Páginas Webs relacionadas.
- o Bibliografía disponible en la Biblioteca.
- o Aplicaciones interactivas en la Plataforma UBUvirtual.
- o Tutorías individualizadas o en grupo a demanda de los alumnos.

12. Calendarios y horarios:

El calendario aprobado por la Junta de Escuela de la Escuela Politécnica Superior y los horarios publicados en los tablones oficiales de la E.P.S.

13. Idioma en que se imparte:

Español