Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados > | Universidad de Granada

- Inicio
- Menú Docencia
- Categorías
- [D T D L]

[D T D L]

Oficina Web UGR

Dirección Comercial I [DTLD]

- Acceso

Profesor	Ana Isabel Polo Peña Juan Sánchez Fernández

Objetivos

De manera específica el objetivo de este programa es introducir al alumno en el ámbito del marketing, permitiendo que se familiarice con conceptos como los de demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento o investigación de mercados. Todos ellos relevantes en la definición de un escenario en cuyo marco se toman las decisiones de marketing.

Asimismo, se pretende que los alumnos sean capaces de aplicar los conocimientos aprendidos en cada tema a la resolución de casos prácticos, fomentando de esta manera su capacidad analítica acerca de los contenidos del programa.

En definitiva, el objetivo es enseñar al alumno nociones básicas sobre el concepto y herramientas del marketing, a fin de que éste pueda desempeñar las tareas relacionadas con la actividad comercial correctamente. En líneas generales, se trata de conseguir que asimile la importancia que debe adquirir el subsistema de marketing dentro del sistema empresa.

Metodología docente

El curso se desarrollará durante el primer cuatrimestre durante 4 horas semanales. Las clases serán de tipo teórico y de tipo práctico. Las de tipo teórico consistirán en exposiciones del profesor y participación activa del alumno acerca del temario que posteriormente se relaciona. Las clases de tipo práctico consistirán en la realización y debate en clase de casos prácticos y lecturas, así como, en su caso, trabajos voluntarios propuestos por los alumnos

Más concretamente,

- El contenido práctico de la asignatura consistirá en la realización de uno o dos casos prácticos por cada uno de los temas que componen el programa de la asignatura.
- Con anterioridad a la realización de los casos prácticos, los alumnos deberán realizar una labor de documentación para recopilar toda la información posible relativa a la empresa sobre la que verse el caso, información que debe estar principalmente enfocada al contenido del tema objeto de estudio.
- Con esa información y con la que proporcione el departamento, los alumnos deberán contestar a las cuestiones que se planteen por parte del profesor para el caso concreto.
- Los alumnos, con posterioridad al debate en clase del caso, donde la asistencia es obligatoria, entregarán al profesor un dossier en el que se recoja tanto la información recopilada como sus respuestas argumentadas a las preguntas realizadas.
- Además, con anterioridad a la resolución del caso, se realizarán en clase algunas presentaciones por parte de los alumnos relativas a la labor de documentación realizada.

Por otro lado, las tutorías tendrán lugar en el horario fijado y expuesto en el despacho del profesor en el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, así como en la plataforma docente del mismo departamento (http://marketing.ugr.es)

Desarrollo del curso

Durante todo el curso, los alumnos matriculados en la asignatura tendrán libre acceso al portal docente del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados ‘WebCIM’ (http//:marketing.ugr.es) a través del cual una vez registrados podrán tener acceso a la página Web de la asignatura. A través de ella podrán entrar en contacto con sus compañeros y con su profesor, descargar el material complementario recomendado, consultar sus diferentes calificaciones, acceder al material de apoyo, realizar test de evaluación de conocimientos por temas, etc.

Todos aquellos alumnos que quieran seguir el desarrollo normal del curso deberán inscribirse en dicho portal y rellenar su ficha correspondiente incluyendo una foto digitalizada tipo carnet.

Criterios de evaluación

En lo que hace referencia al sistema de evaluación, 2/3 de la calificación final corresponderá a un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos del alumno. El tipo y forma del examen se corresponderá con una batería de preguntas tipo test y otra de preguntas cortas de razonamiento. El otro tercio de la calificación corresponde a las prácticas que el alumno haya realizado durante el curso académico oficial. Concretamente, la calificación será un compendio del trabajo entregado por el alumno al final de cada periodo de realización de prácticas, la participación activa por parte del alumno en las mismas y las exposiciones que, en su caso, hagan los alumnos en relación al trabajo de documentación desarrollado.

Muy importante: la asistencia a las prácticas es obligatoria para todos los alumnos, sin excepción. La calificación de las prácticas será 2/3 por asistencia y participación, y 1/3 por el trabajo entregado a a través de la plataforma. Con la finalidad de no romper con la lógica y utilidad de las prácticas, no se admitirá la entrega de prácticas en las convocatorias extraordinarias. Por tanto, la calificación correspondiente a la parte práctica durante el desarrollo oficial del curso será la que mantenga el alumno en las convocatorias de exámenes oficiales y extraordinarios.

Por último, para tener opción de superar la asignatura será necesario un mínimo de 1/3 en cada una de las partes componentes de la asignatura (teoría y práctica).

Dirección Comercial II [DTLD]

- Acceso

Creadores de curso	Francisco Ladrón Galán Myriam Martínez Fiestas

| | Accesibilidad | Política de privacidad

CEI BIOTIC | © 2025 | Universidad de Granada

Oficina Web UGR