

Guía Docente
Marketing Estratégico
Primera Convocatoria XX/XX

Datos generales de la asignatura	
Programa:	Dirección de Empresas
Asignatura:	Marketing Estratégico
Medida:	4.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria
Temario	
<p>1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Concepto de estrategia y planificación estratégica. Niveles de planificación estratégica. Proceso de planificación estratégica. Estrategias corporativas básicas. Estrategias de expansión. Estrategias competitivas. Anexo I: Caso IKEA: Estrategia de liderazgo en costes. Más que una empresa, un estilo de vida. Anexo II: Frases célebres en el mundo de la empresa</p> <p>2. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMIENTO La percepción del cliente. Estrategia de segmentación de mercados. Criterios de segmentación. Proceso de segmentación. Segmentación y estrategia comercial. El nuevo segmento: La generación X. Posicionamiento. Tipos de posicionamiento. Segmentación y posicionamiento en la práctica. Poder y valor de la marca. Segmentación, posicionamiento y comportamiento del consumidor. Anexo I: El auge del marketing étnico como concepto estratégico. Anexo II: Casos prácticos.</p> <p>3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING Información y toma de decisiones en marketing. Informes internos. Informes externos. Sistema analítico de marketing. Inteligencia de marketing. Implantación del S.I.M.</p> <p>4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Concepto y tipos de investigación. Metodología de investigación. Técnicas de obtención de información. Técnicas cualitativas. Técnicas cuantitativas. La observación.</p> <p>5. ESTRATEGIAS DE MARKETING DEL S.XXI Warmarketing. Las Leyes Inmutables del Marketing. Benchmárketing. Anexo I: Marketing ecológico.</p> <p>6. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE MARKETING La organización de marketing. Tipologías de organizaciones. El control de actividades.</p>	
Equipo docente	
XXXXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXXXX XXXXXX XXXXXX	
Resultados de aprendizaje	
Competencia básica	
Competencias generales	
Profundizar en las estrategias de Marketing. (Competencias Instrumentales)	
Implementar la toma de decisiones a partir de estrategias de Marketing (Competencias Instrumentales)	
XXXXXXXX XXXXXXXX XXXXXXXXXXXX (Competencias Interpersonales)	

Conocimientos

Diferenciar entre los aspectos definitorios del Marketing Estratégico.

Destrezas

Actuar en la gestión del Marketing de las compañías tanto a nivel producto como personas y mercados. (Plano Subjetivo)

Ejecutar decisiones que cambian la estrategia y rumbo de la empresa (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

- Análisis de casos
- Clases magistrales
- Estudio de casos
- Tutorías
- Discusiones
- Presentaciones en grupo
- Tutorías sobre trabajos
- Trabajo en grupo
- Seminarios

Actividades de evaluación

- Examen tipo test
- Estudios de caso
- Presentación oral
- Observación directa del desempeño
- Examen escrito