

**Guía Docente**  
**Marketing Estratégico**  
**Primera Convocatoria XX/XX**

<b>Datos generales de la asignatura</b>	
Programa:	<b>Dirección de Empresas</b>
Asignatura:	<b>Marketing Estratégico</b>
Medida:	<b>4.0 ECTS</b>
Carácter:	<b>Obligatoria</b>
<b>Temario</b>	
<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>	
<b>Equipo docente</b>	
XXXXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXXXX XXXXXX XXXXXX	
<b>Resultados de aprendizaje</b>	
<b>Competencia básica</b>	
<b>Competencias generales</b>	
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