

Guía Docente
Marketing Mix I
Primera Convocatoria XX/XX

Datos generales de la asignatura	
Programa:	Dirección de Empresas
Asignatura:	Marketing Mix I
Medida:	4.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria
Temario	
<p>1. PRODUCTO Producto. Dimensiones del producto. Clasificación de productos. Ciclo de vida del producto. Desarrollo de nuevos productos. Proceso de creación de un producto. Creatividad en la empresa. Concepto de marca, nombre de marca. Tipos de marcas. Estrategias de marca. Decisiones sobre el envase. Decisiones sobre etiquetado. Anexo: Casos práctico de cambio de imagen de marca: Movistar. Anexos: Casos prácticos.</p> <p>2. PRECIO Objetivos de la política de precios. Política de precios, estrategia y táctica. Implicaciones del precio. La demanda. Elasticidad de la demanda. Los costes. Métodos de determinación del precio de coste. El beneficio. El punto muerto. La rentabilidad. Optimización del precio de venta. Estrategias de precios. Métodos de determinación de precios.</p> <p>3. DISTRIBUCIÓN Concepto y clasificación de canales. Funciones de los intermediarios. Diseño y estructura del canal. Comercio mayorista y minorista. Intensidad de la distribución. Clasificación del comercio mayorista. Clasificación del comercio minorista. El sistema de franquicia. Estrategias de distribución. Anexo: Caso Mercadona: Los pequeños "Súper" españoles revolucionan la distribución.</p>	
Equipo docente	
XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX XXXXXX	
Resultados de aprendizaje	
Competencia básica	
Competencias generales	
Profundizar en las estrategias de Marketing Mix. (Competencias Instrumentales)	
Implementar la toma de decisiones a partir de estrategias de Marketing Mix (Competencias Instrumentales)	
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX (Competencias Interpersonales)	
Conocimientos	
Diferenciar entre los aspectos definitorios del Marketing Mix.	
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