

## [MEA105] MARKETING PARA DIRECTIVOS

### DATOS GENERALES

<b>Titulación</b>	MASTER UNIVERSITARIO EN INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y DIRECCIÓN DE PROYECTOS	<b>Materia</b>	?
<b>Semestre</b>	2	<b>Curso</b>	1
<b>Carácter</b>	OBLIGATORIA	<b>Mención / Especialidad</b>	
<b>Plan</b>	2016	<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Créditos</b>	3	<b>H./sem.</b>	2,89
		<b>Idioma</b>	CASTELLANO
		<b>Horas totales</b>	52 h. lectivas + 23 h. no lectivas = <b>75 h. totales</b>

### PROFESORES

GOMEZ PESCADOR, IRUNE
ELIZALDE ADARRAGA, EDURNE

### CONOCIMIENTOS PREVIOS REQUERIDOS

Asignaturas	Conocimientos
(No se requiere haber cursado asignaturas previas específicas)	(No se requieren conocimientos previos)

### COMPETENCIAS

#### COMPETENCIAS VERIFICA

##### ESPECÍFICA

**MEC02** - Interpretar el mercado, diseñar escenarios de ventas y plantear la oferta comercial adecuada

##### GENERAL

**MEC12** - Capacidad para ejercer su profesión con actitud cooperativa y participativa, y con responsabilidad social.

**MEC13** - Capacidad de trabajar en un entorno multilingüe, multidisciplinar y multisectorial impulsando la gestión y transferencia del conocimiento generado.

##### BÁSICA

**M\_CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

**M\_CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**RA114** Diseña un estudio de mercado y analiza el posicionamiento estratégico de la oferta del mercado y la organización; planifica la oferta.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HL	HNL	HT
Estudio y trabajo individual, pruebas, exámenes y/o puntos de control	8 h.	4 h.	12 h.
Prácticas de resolución de problemas y proyectos en contextos reales	8 h.	4 h.	12 h.
Presentación del profesor/a en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias	6 h.		6 h.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	P	MECANISMOS DE RECUPERACIÓN
Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia	30%	Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia
Informes de realización de ejercicios, estudio de casos, prácticas de ordenador, prácticas de simulación y prácticas de laboratorio	50%	Informes de realización de ejercicios, estudio de casos, prácticas de ordenador, prácticas de simulación y prácticas de laboratorio
Capacidad técnica, implicación en el proyecto/PBL, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica	20%	

**Observaciones:** Se ha realizado un ejercicio en colaboración con la asignatura de Innovación.

**HL - Horas lectivas:** 22 h.  
**HNL - Horas no lectivas:** 8 h.  
**HT - Total horas:** 30 h.

**RA115** Define el Plan de Marketing para cada "UEN" de la organización (Captación de Clientes, generación de ventas, fidelización de los clientes, marketing relacional,...).

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HL	HNL	HT
Desarrollo, redacción y presentación de memorias, informes, material audiovisual, etc. relativas a proyectos/POPBLs, realizados individualmente o en equipos	9 h.	5 h.	14 h.

Estudio y trabajo individual, pruebas, exámenes y/o puntos de control	1 h.	5 h.	6 h.
Presentación del profesor/a en el aula, en clases participativas, de conceptos y procedimientos asociados a las materias	10 h.		10 h.
Resolución y realización de ejercicios, problemas y prácticas individualmente y en equipo	10 h.	5 h.	15 h.
<b>SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>	<b>P</b>	<b>MECANISMOS DE RECUPERACIÓN</b>	
Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia	30%	Pruebas escritas y orales individuales para la evaluación de competencias técnicas de la materia	
Informes de realización de ejercicios, estudio de casos, prácticas de ordenador, prácticas de simulación y prácticas de laboratorio	50%	Informes de realización de ejercicios, estudio de casos, prácticas de ordenador, prácticas de simulación y prácticas de laboratorio	
Capacidad técnica, implicación en el proyecto/PBL, trabajo realizado, resultados obtenidos, documentación entregada, presentación y defensa técnica	20%		
<b>Observaciones:</b> Se ha realizado un ejercicio junto con la asignatura de Dirección de la Innovación.			
<b>HL - Horas lectivas:</b> 30 h.			
<b>HNL - Horas no lectivas:</b> 15 h.			
<b>HT - Total horas:</b> 45 h.			

## CONTENIDOS

1. Conceptos básicos del marketing
2. Tendencias en el marketing
3. B2B vs B2C
4. Plan de marketing
  1. Definición del mercado
  2. Naturaleza y estructura del mercado
  3. Diagnóstico de la situación
  4. Segmentación
  5. Estrategia de segmentación
  6. Posicionamiento
  7. Marketing MIX
    1. Producto
    2. Precio
    3. Distribución
    4. Comunicación
  8. Plan de acción
  9. Métricas

## RECURSOS DIDÁCTICOS Y BIBLIOGRAFÍA

Recursos didácticos	Bibliografía
Plataforma Moodle	BLANCO, A.; PRADO, A. y MERCADO, C. (2014) Introducción al Marketing y la Comunicación en la empresa, ESIC, Madrid.
Presentaciones en clase	CABRERIZO, Montserrat (2015): Políticas de Marketing, Marcombo, Madrid.
Proyección de videos	KOTLER, P. y KELLER, K. (2012): Dirección de Marketing, PEARSON, México.
Transparencias de la asignatura	SAINZ DE VICUÑA, José María (2014): Plan de Marketing en la práctica, ESIC, Madrid.
Consultas en páginas web relacionadas con el tema	Ana Rumschisky y Carlos Hussey (2013): El plan de marketing; IE Business School
	Mikel Mesonero y Juan Carlos Alcaide (2012): Marketing Industrial ESIC, Madrid
	Alberto Padro y Laura Pascual (2018): Marketing industrial y de servicios; ESIC, Madrid
	Jaime Rivera Camino (2010): La segmentación: macro y micro; ESIC, Madrid
	Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2018): Marketing 4.0; LID
	José de Jaime Eslava (2015): Finanzas para el marketing y las ventas; ESIC, Madrid
	Marian Chapman Moore y Kimberly A. Whitler (2017): A Note on Market Definition, Segmentation, and Targeting: Three (of four) Steps in Developing Marketing Strategy; University of Virginia

Robert E. Spekman y Joshua Stein (2011): Customer segmentation in business-to-Business markets; Darden Business Publishing

Frank V Cespedes y Das Narayandas (2015): Marketing reading: Business-to-Business Marketing, Teaching Note; Harvard Business Publishing

Christine D. Urban (1978): Nota sobre segmentación de mercados de consumo; Harvard Business School



Mondragon  
Unibertsitatea

Goi Eskola  
Politeknikoa

**MARKETING PARA DIRECTIVOS**  
Ikasgaiari egindako  
egokitzapenak

Adaptaciones realizadas en la  
asignatura **MARKETING PARA  
DIRECTIVOS**

**Marzo - 2020 - Martxoa**

# TESTUINGURUA / CONTEXTO

<p>2019-20 ikasturte honetan COVID19 pandemiak eragindako alarma-egoera dela eta, berez aurrez aurreko ikasketak direnak on line modalitatera egokitu behar izan ditu MONDRAGON UNIBERTSITATEko Goi Eskola Politeknikoak GRADU ZEIN MASTER-etako tituluetan.</p>	<p>El estado de alarma sobrevenido por la pandemia de COVID19 en el presente curso 2019-20, ha llevado a la Escuela Politécnica Superior de MONDRAGON UNIBERTSITATEA a impartir en modo on-line, formación de títulos de GRADO Y MÁSTER que fueron diseñados para impartir en modo presencial</p>
<p>Egokitzapen honek bi jarduera motatan eragin dio nagusiki ikaskuntzari:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-FORMAZIO JARDUERETAN</li><li>-EBALUAZIO JARDUERETAN</li></ul>	<p>Esta adaptación ha afectado principalmente a dos tipos de actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-ACTIVIDADES DE FORMACIÓN</li><li>-ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN</li></ul>



**Mondragon  
Unibertsitatea**

Goi Eskola  
Politeknikoa

# **FORMAZIO JARDUERAK**

## **Actividades formativas**

# FORMAZIO JARDUERAK

PROGRAMAREN ATALA (ezagutzak edo ikaste emaitzak)	AURREIKUSITAKO JARDUERAK	EGOERA BERRIRA EGOKITUTAKO JARDUERAK
<p>RA114 Merkatu azterketa bat diseinatzen du eta merkatuaren eskaintzaren posizionamendu estrategikoa aztertzen du; eskaintza planifikatzen du.</p>	<p>Banakako lana eta ikasketa, probak eta azterketak eta/edo kontrol-puntuak</p>	<p>Kontrol puntua bertan behera geratu da eta jarduera horren ordez, taldeko lanari pisu gehiago eman zaio eta bakarkako hausnarketa bat burutzeko eskatu zaie ikasleei.</p> <p>Testuingurua aldatu egin denez, proiektuak ere testuinguru berrira egokitu dira, erabili beharreko erremintak egoera honetara moldatuz.</p> <p>Edukiak mantendu dira baina hauek presentzialki azaldu beharrean Online bidez azaldu dira.</p>
	<p>Arazoak eta proiektuak testuinguru errealetan zein simulatuetan ebazteko praktikak</p>	
	<p>Irakasleak gaiei lotutako kontzeptuak eta prozedurak ikasgelan aurkeztea, eskola parte hartzaileetan</p>	

**OHARRA; moldaketa edo egokitzapenik egin ez den kasuan, taula hutsik egongo da.**

# FORMAZIO JARDUERAK

PROGRAMAREN ATALA (ezagutzak edo ikaste emaitzak)	AURREIKUSITAKO JARDUERAK	EGOERA BERRIRA EGOKITUTAKO JARDUERAK
<p>RA115 Marketin Plana definitzen du erakundeko “UEN” bakoitzerako (Bezeroak erakartzea, salmentak sortzea, bezeroak fidelizatzea, harreman bidezko marketina...).</p>	<p>Banaka zein taldean egindako POPBL/proiektuei lotutako memoriak, txostenak, ikusentzunezko materiala, etab., garatzea, idaztea eta aurkeztea</p>	<p>PBL-aren ordeztan, ikasgaietan lantzen joan diren kasuak lotutako memoria garatu dute.</p> <p>Kontrol puntuak bertan behera geratu da eta jarduerak horren ordeztan, taldeko lanari pisu gehiago eman zaio eta bakarkako hausnarketa bat burutzeko eskatu zaie ikasleei.</p> <p>Edukiak mantendu dira baina hauek presentzialki azaldu beharrean Online bidez azaldu dira.</p>
	<p>Banakako lana eta ikasketa, probak eta azterketak eta/edo kontrol-puntuak</p>	
	<p>Irakasleak gaiei lotutako kontzeptuak eta prozedurak ikasgelan aurkeztea, eskola parte hartzaileetan</p>	
	<p>Ariketa, problema nahiz praktikak egin eta ebatzea bakarka eta taldean</p>	

**OHARRA; moldaketa edo egokitzapenik egin ez den kasuan, taula hutsik egongo da.**





**Mondragon  
Unibertsitatea**

Goi Eskola  
Politeknikoa

# **EBALUAZIO JARDUERAK**

## **Actividades de evaluación**

# EBALUAZIO JARDUERAK

PROGRAMAREN ATALA (Ikaste emaitzak)	AURREIKUSITAKO JARDUERA/K	AURREIKUSI TAKO JARDUERAREN PISUA (Azken notarekiko)	EGOERA BERRIRA EGOKITUTAKO JARDUERAK	EMANDAKO PISUA (Azken notarekiko)
RA114 Merkatu azterketa bat diseinatzen du eta merkatuaren eskaintzaren posizionamendu estrategikoa aztertzen du; eskaintza planifikatzen du.	Banakako proba idatziak eta ahozkoak gaiari buruzko gaitasun teknikoak ebaluatzeko	30%	Bakarkako hausnarketa.	10%
	Txostenak ariketak egiteari, kasuen azterketari, ordenagailuko praktikei, simulazio praktikei, eta laborategiko praktikei buruz	50%	Berdin ebaluatuko da.	90%
	Gaitasun teknikoa, PBL/proiektuan inplikatzeari, egindako lana, lortutako emaitzak, entregatutako dokumentazioa, aurkezpena eta defentsa teknikoa	20%	Goiko kasuarekin ebaluatuko da.	0%

**OHARRA; moldaketa edo egokitzapenik egin ez den kasuan, taula hutsik egongo da.**

# EBALUAZIO JARDUERAK

PROGRAMAREN ATALA (Ikaste emaitzak)	AURREIKUSITAKO JARDUERA/K	AURREIKUSI TAKO JARDUERAR EN PISUA (Azken notarekiko)	EGOERA BERRIRA EGOKITUTAKO JARDUERAK	EMANDAKO PISUA (Azken notarekiko)
RA115 Marketin Plana definitzen du erakundeko "UEN" bakoitzerako (Bezeroak erakartzea, salmentak sortzea, bezeroak fidelizatzea, harreman bidezko marketina...).	Banakako proba idatziak eta ahozkoak gaiari buruzko gaitasun teknikoak ebaluatzeko	30%	Bakarkako hausnarketa.	10%
	Txostenak ariketak egiteari, kasuen azterketari, ordenagailuko praktikei, simulazio praktikei, eta laborategiko praktikei buruz	50%	Berdin ebaluatuko da.	90%
	Gaitasun teknikoa, PBL/proiektuan inplikatzeko, egindako lana, lortutako emaitzak, entregatutako dokumentazioa, aurkezpena eta defentsa teknikoa	20%	Goiko kasuarekin ebaluatuko da.	0%

**OHARRA; moldaketa edo egokitzapenik egin ez den kasuan, taula hutsik egongo da.**

# Jarraitutako dinamika

- I. Astelehenetan 4 orduko klaseak izaten dira. 8:00etan guztiok, irakasle zein ikasleak, Google Calendar meet [meet.google.com/ijz-iqfe-oox](https://meet.google.com/ijz-iqfe-oox) konektatzen gara eta bertan aurreko astean bidalitako teoriaren (artikulu zein apunteen) errepaso egiten da eta egun horretako praktika aurkezten da.
- II. Behin eguneko ekintza aurkeztuta eta ikasleen zalantzak argituta, talde bakoitzak bere lanari ekiten dio.
- III. Irakasleak plataforman konektatuta dihardute klaseak irauten duen bitartean, ikasleei sortzen zaizkien zalantzak argitzeko (chat bat daukagu ikasgai honetako kide guztiak zein zalantza puntualak bertatik argitzen diren eta bestela berriz meet-en konektatzen gara).
- IV. 11:30ak aldera berriz konektatzen gara denok klaseari itxiera emateko: Eguneko zalantzak argitu, errepaso egin eta datorren asterako irakurri beharreko artikulua zein apunteak aurkezteko. (Hauek guztiak Moodle plataforman dituzte ikusgai).

# Kasu erreal bat aztertzen ari dira eta astero artikulua zein apunteak bidaltzen dizkiegu, hau datorren asteko praktikarako oinarria izanik, asteleheneko klasea praktikarako izan dadin (klasean ez da teoría lantzen, teoría landuta ekartzen da eta clase orduak kasu praktikoa garatzeko erabiltzen da eta bertan izan ditzazketen zalantzak argitzeko erabiltzen da).



**Mondragon  
Unibertsitatea**

Goi Eskola  
Politeknikoa

**Eskerrik asko  
Muchas gracias  
Thank you**

**Irune Gomez  
Edurne Elizalde**

Loramendi, 4. Apartado 23  
20500 Arrasate – Mondragon