

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA					
DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA					
TITULACIÓN: LEINN-Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación					
NOMBRE: MARKETING II					
TIPO	Formación básica		Obligatoria	X	Optativa
CRÉDITOS TOTALES (ECTS): 3 ECTS					
CURSO : 3º			CUATRIMESTRE: 1º		
AREA DE CONOCIMIENTO: Empresa					
MÓDULO: Emprender y el enfoque cliente					
MATERIA: Marketing					
IDIOMA: Inglés					
DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA					
<p>1. OBJETIVO En nuestras acciones de marketing al cliente siempre comunicamos nuestro mensaje principal: “Creamos emprendedores de equipo”, además de transmitir nuestros Pensamientos Estratégicos (Leading Thoughts). Usamos procedimientos de marketing creativos y adecuados. En las comunicaciones de marketing usamos los mismos canales que usan nuestros clientes. Cuando el mensaje se comunica claramente al cliente, se abren posibilidades de negocio. Trabajamos todos los aspectos del marketing de nuestra empresa, analizamos como llegar a nuestros clientes, los canales, la imagen, etc.</p>					
<p>2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Se deberá haber cursado Marketing I</p>					
<p>3. COMPETENCIAS</p> <p>3.1 Competencias específicas</p> <p>-El/la teapreneur conoce las teorías básicas sobre marketing y tiene la capacidad de llevarlos a la práctica. Entiende la forma de pensar de los clientes y sabe actuar para satisfacer sus necesidades.</p> <p>-Sabe cómo emplear las herramientas y los métodos más comunes del marketing mix (4P's, 7P's, 4C's) para la comercialización y el diseño de productos/servicios.</p> <p>-El/la teapreneur tiene una amplia perspectiva del marketing. Tiene aptitudes especiales en algunas áreas específicas de marketing, como pueden ser la publicidad, el marketing de eventos...</p>					
<p>4. METODOLOGÍA:</p> <p>La metodología que emplearemos para abordar el curso se basa en las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo - Realización de proyectos internos de la team company - Realización de proyectos con empresas reales - Lectura de libros y redacción de informes individuales - Asunción de posiciones de liderazgo en equipo y en proyectos - Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes - Tutoría grupal o individual y evaluación 					

5. TEMARIO

- LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS PARA LOS CLIENTES
- MARKETING DE SERVICIOS
- LOS CANALES DE COMUNICACIÓN EN MARKETING

6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- You Will Be Satisfied, Bob Tasca (1997)
- The green marketing manifesto, Grant (2007)
- How to make money with social media, Shah Turner (2011)

* Los teampreneurs cuentan con la lista de libros (The art of Reading 2016/2017) de Mondragon Team Academy

7. EVALUACIÓN

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura específica gracias a un proceso de evaluación 360º que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso:

1. Nuestros clientes siguen haciéndonos pedidos. Tenemos al menos 7 clientes que han hecho pedidos por segunda y tercera vez. Estamos claramente en la fase A1+ (clientes estratégicos).
2. Mantenemos el contacto con 50 clientes 4 veces al año. Seleccionamos los canales adecuados para cada cliente, twitter, facebook, newsletter...
3. Tenemos 30 nuevos proyectos de los clientes (en total ascienden a 55 desde el principio) de la team coop.
4. Se ha celebrado una sesión de diálogo donde se ha trabajado en torno a algunos de los siguientes libros o de temas similares: "Green Manifesto" de Grant o "How to make money with social media" de Turner y Shah.