

COMUNICACIÓN EN MARKETING (2017-18)**DATOS GENERALES**

Código 22043

Créditos ECTS 6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
MARKETING	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Contexto de la asignatura

Comunicación en Marketing es una asignatura optativa de 6 ECTS que se oferta en el segundo semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

La asignatura Comunicación en Marketing pretende proporcionar al alumnado los conocimientos y competencias fundamentales sobre el papel que la comunicación comercial tiene en la gestión empresarial como transmisor de información sobre la oferta comercial de la empresa al mercado.

Con tal fin se profundiza en el proceso de planificación publicitaria, prestando especial atención al proceso de difusión de las campañas publicitarias y a la evaluación de sus resultados. Además, se analizan el resto de herramientas de marketing disponibles para las empresas e instituciones que permiten comunicar el valor de la oferta comercial al mercado prestando especial atención a las nuevas formas de comunicación comercial.

Adicionalmente, se incide en la comunicación integrada de marketing y, por tanto, en la necesidad de coordinar las diversas herramientas de comunicación e integrarlas adecuadamente con el fin de generar sinergias.

La asignatura Comunicación en Marketing profundiza en el estudio de la comunicación como uno de los componentes del marketing operativo y supone, por tanto, una continuidad de los estudios en materia de comercialización e investigación y de mercados. Esta materia junto con las asignaturas, también de carácter optativo, Distribución Comercial, Dirección de Ventas y Marketing Internacional configuran la especialidad o itinerario en Marketing del grado en Administración y Dirección de Empresas.



OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

Objetivos cognitivos:

- OC1.** Entender el proceso de comunicación de marketing.
- OC2.** Conocer las diferentes herramientas de comunicación disponibles para las empresas.
- OC3.** Conocer las fases de la planificación de la actividad publicitaria.
- OC4.** Comprender la importancia de la comunicación integrada de marketing.

Objetivos instrumentales:

- OI1.** Aplicar los conocimientos teóricos a la práctica de comunicación en marketing en la empresa.
- OI2.** Ser capaz de seleccionar y utilizar las herramientas apropiadas para resolver problemas específicos de comunicación comercial.
- OI3.** Capacitar para la búsqueda selectiva de la información y de documentación complementaria.

Objetivos actitudinales:

- OA1.** Responsabilizarse de su aprendizaje y de los resultados del mismo.
- OA2.** Tener capacidad para trabajar en equipo y afrontar problemas de forma colectiva.
- OA3.** Mostrar habilidades sociales y comunicativas adecuadas.



CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

El contenido de la asignatura *Comunicación en Marketing* se estructura del siguiente modo:

Bloque 1. Comunicación integrada en marketing

Tema 1. La comunicación comercial

Tema 2. Medios publicitarios convencionales y comunicación digital

Bloque 2. Planificación publicitaria

Tema 3. Condicionantes del plan publicitario

Tema 4. El mix publicitario

Bloque 3. Difusión de campañas publicitarias

Tema 5. Selección de medios y soportes

Tema 6. Evaluación de campañas publicitarias

Tema 7. La investigación de audiencias

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

La evaluación de la adquisición de los contenidos y competencias en la materia Comunicación en Marketing utilizará un sistema de evaluación continua y se valorará sobre un máximo de 10 puntos, requiriéndose un mínimo de 5 para aprobar la asignatura.

Primera convocatoria (junio):

En la primera convocatoria la nota final resultará de aplicar a la participación activa en clase la ponderación del 10%, a las 1ª y 2ª pruebas teórico-prácticas escritas la ponderación del 20% a cada una de ellas y al examen final la ponderación del 50%.

La participación activa en clase se evaluará a lo largo del curso académico. La 1ª y 2ª pruebas teórico-prácticas escritas se realizarán en los meses de marzo y mayo, respectivamente. Las calificaciones obtenidas tanto en la participación activa como en las pruebas teórico-prácticas sólo se mantendrán en las dos convocatorias del curso en el que se esté matriculado.

El examen final será el mismo para todos los alumnos matriculados en la asignatura y consistirá en preguntas tipo test que evaluarán los contenidos del curso. La estructura del test consistirá en preguntas con cuatro opciones de respuesta, una única respuesta verdadera y teniendo en cuenta que cada respuesta errónea/mal contestada restará un tercio de respuesta correcta. Se requiere un mínimo de 4 puntos sobre 10 para que la nota del examen final sea considerada en la nota final.

Segunda convocatoria (julio):

El alumno tendrá dos opciones de evaluación a elegir, pudiéndolo decidir el mismo día del examen.

Primera opción:

En la primera opción, el alumno mantendrá la nota de la participación activa en clase y de las pruebas teórico-prácticas escritas obtenidas en el curso. Para obtener el 50% restante de la calificación final el alumno deberá realizar el examen final que consistirá en preguntas tipo test. Se requiere un mínimo de 4 puntos sobre 10 en el examen final para que la calificación obtenida sea considerada en la nota final.

Segunda opción:

Esta segunda opción es recomendable para alumnos que hayan obtenido una baja nota en la participación activa y/o en las pruebas teórico-prácticas escritas, o para alumnos que no hayan sido evaluados en dichos aspectos, fundamentalmente por no asistir a las clases. En este caso, la nota final del alumno será la obtenida en una prueba de recuperación de la evaluación continua (ponderación del 40%) que constará de preguntas cortas o tipo test basadas en un caso, y en el examen final (ponderación del 50%) que constará de preguntas tipo test. Se requiere un mínimo de 4 puntos sobre 10 en el examen final para que la calificación obtenida sea considerada en la nota final. La calificación máxima a obtener en esta segunda opción es de 9 puntos sobre 10, ya que la propia naturaleza de la participación activa en el desarrollo de las clases hace que este aspecto no sea recuperable.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	Prueba objetiva de preguntas tipo test.	Prueba final	50
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Se valorará la participación activa y regular en las clases. Se valorará tanto la predisposición a participar como la calidad de las aportaciones.	Participación activa	10



ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Primera prueba objetiva con preguntas de respuesta corta, preguntas de desarrollo, preguntas basadas en casos o una combinación de las modalidades anteriores sobre los contenidos desarrollados en las clases prácticas.	1ª Prueba teórico-práctica escrita	20
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Segunda prueba objetiva con preguntas de respuesta corta, preguntas de desarrollo, preguntas basadas en casos o una combinación de las modalidades anteriores sobre los contenidos desarrollados en las clases prácticas.	2ª Prueba teórico-práctica escrita	20