

Guía Docente

DATOS GENERALES

Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Titulación	MBA en Big Data Analytics
Asignatura	Dirección de Marketing y Comercial
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano

DATOS DEL PROFESORADO

Profesor Responsable	Dr. D. José Manuel López Jiménez	Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
-----------------------------	----------------------------------	-----------------	---

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Contexto y sentido de la asignatura	<p>En un mercado global altamente competitivo y en constante cambio, el dominio del marketing y las estrategias comerciales es esencial para el éxito empresarial. Esta asignatura te sumergirá en las teorías y prácticas modernas del marketing, proporcionándote las habilidades necesarias para diseñar y ejecutar estrategias que aumenten la visibilidad de la marca, atraigan y fidelicen clientes, y generen crecimiento sostenible. A través de un enfoque práctico y teórico, aprenderás a analizar el comportamiento del consumidor, identificar oportunidades de mercado y gestionar la comunicación comercial en múltiples canales, preparándote para liderar equipos de marketing en un entorno internacional.</p>
--	--

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

Contenidos

Unidad didáctica 1. Modelo de Negocio y Marketing Estratégico

En esta unidad, explorarás los conceptos fundamentales de los modelos de negocio y su relación con el marketing estratégico. Analizarás los componentes clave de un modelo de negocio, las diferentes clasificaciones y ejemplos, incluyendo modelos disruptivos y digitales. Aprenderás a utilizar herramientas como el análisis PESTEL y las cinco fuerzas de Porter para identificar nichos de mercado y desarrollar estrategias de diferenciación y posicionamiento que generen ventajas competitivas.

Unidad didáctica 2. Gestión Comercial

Esta unidad se centra en la gestión efectiva del área comercial. Comprenderás conceptos clave como usuario, cliente, aliado, proveedor y agente, y su importancia en la estrategia comercial. Profundizarás en el uso de herramientas tecnológicas como CRM para optimizar las ventas y mejorar la fidelización de clientes. Además, abordarás la organización y dirección del equipo de ventas, incluyendo estrategias de motivación, liderazgo y métodos de planificación y previsión de ventas con dinámicas de fidelización.

Unidad didáctica 3. Marca, Comunicación Corporativa y Reputación Online

En esta unidad, examinarás la importancia de la coherencia visual en las comunicaciones empresariales y su impacto en la estrategia de marca. Aprenderás a crear manuales de marca y guías de estilo para asegurar una identidad visual consistente en diferentes canales. También explorarás la gestión de contenido corporativo multiplataforma, la gestión de crisis y la comunicación corporativa, incluyendo la responsabilidad social corporativa (RSC). Además, analizarás la relación entre marca corporativa y marcas personales corporativas, y desarrollarás estrategias para la gestión efectiva de las redes sociales.

Unidad didáctica 4. Estrategias de Marketing Digital

Esta unidad te sumergirá en el mundo del marketing digital y las estrategias necesarias para destacar en un entorno online competitivo. Aprenderás a crear contenidos digitales de valor y a construir autoridad de marca a través de estrategias de inbound marketing. Profundizarás en la analítica web y la medición de resultados utilizando herramientas como Google Analytics, definiendo KPIs y métricas de rendimiento. También estudiarás técnicas de SEO para el posicionamiento orgánico y estrategias de SEM para el posicionamiento inorgánico, además de seleccionar canales y herramientas de marketing digital, incluyendo la automatización y colaboraciones con influencers.

Unidad didáctica 5. Herramientas de Optimización de Procesos y Plan de Marketing

En la unidad final, aplicarás todos los conocimientos adquiridos para desarrollar un plan de marketing completo. Aprenderás a elegir un proyecto y modelo de negocio o línea de negocio a desarrollar, identificando nichos de mercado y evaluando su potencial. Definirás objetivos claros (venta, branding o autoridad) utilizando el enfoque SMART y explorarás diferentes herramientas de marketing digital gratuitas y de pago para optimizar procesos. Te centrarás en la optimización y fidelización, implementando técnicas de mejora continua y pruebas A/B, y aprenderás a medir los resultados mediante analítica web para ajustar y perfeccionar tu estrategia.

METODOLOGÍA

La metodología del MBA se basa en un enfoque flexible y autónomo, diseñado para adaptarse a las necesidades profesionales de los alumnos, quienes suelen compaginar sus estudios con otras obligaciones laborales. El programa fomenta la participación y la interacción constante, utilizando herramientas tecnológicas que facilitan un aprendizaje dinámico y colaborativo.

Metodología y Enfoque Pedagógico

El MBA está estructurado para que los alumnos puedan desarrollar su aprendizaje de forma autónoma, con un seguimiento continuo y guiado. Es por ello, que cada asignatura se divide en dos partes diferenciadas:

1. **Fase Teórico-Práctica (10 semanas):** Durante esta fase, se desarrollan las 5 Unidades Didácticas, que combinan contenido teórico y práctico. Cada unidad incluye actividades como autoevaluaciones, foros de discusión y, en la Unidad 3, la entrega de una Tarea Obligatoria que forma parte de la evaluación final. Durante las 10 semanas de contenido, los estudiantes exploran las materias a través de lecturas, videos explicativos, y actividades interactivas. El aula virtual se convierte en el centro de operaciones donde los alumnos encuentran recursos multimedia, bibliografía complementaria, y foros de discusión para interactuar con sus compañeros y docentes.
2. **Fase de Evaluación (2 semanas):** Al finalizar las 10 semanas de contenidos, los alumnos dispondrán de dos semanas para completar la evaluación final, que consiste en un cuestionario de opción múltiple y la entrega de la Tarea Obligatoria.

Métodos y actividades formativas del proceso de enseñanza-aprendizaje

Liberación Progresiva de Contenidos

Cada asignatura está organizada en unidades didácticas que se habilitan de forma progresiva, permitiendo al alumno avanzar de manera ordenada y sistemática a lo largo del curso. Cada unidad didáctica se habilita cada dos semanas, asegurando que los alumnos puedan centrarse en un conjunto específico de temas antes de pasar al siguiente. Esta metodología facilita una mejor comprensión y asimilación de los contenidos, evitando la sobrecarga de información y proporcionando tiempo suficiente para la autoevaluación y el estudio personal.

Actividades y Evaluación Continua

El proceso de evaluación continua es una de las características distintivas del programa. A lo largo del curso, cada asignatura incluye autoevaluaciones en cada tema, que permiten al alumno medir su progreso y consolidar los conocimientos adquiridos. Estas autoevaluaciones, junto con las actividades prácticas, fomentan un aprendizaje reflexivo y aplicado, asegurando que los estudiantes no solo comprendan la teoría, sino que también sean capaces de aplicarla en contextos reales.

Al finalizar cada trimestre, los estudiantes participan en una evaluación final que recoge aproximadamente un 30-40% de las preguntas vistas en las autoevaluaciones, junto con nuevas preguntas basadas en el material de la asignatura. Además, los alumnos deben completar una Tarea obligatoria por asignatura, que sirve como un proyecto integrador de los contenidos aprendidos, sustituyendo al tradicional trabajo final de máster.

Interacción y Tutorías Síncronas

Para complementar la metodología asincrónica y reforzar la comprensión de los contenidos, cada asignatura incluye tres tutorías síncronas opcionales, que aunque no son obligatorias, son altamente recomendadas. Estas sesiones están diseñadas para proporcionar un espacio adicional de interacción directa entre alumnos y profesores, facilitando la aclaración de dudas y la discusión de los temas más complejos. Las tutorías se estructuran de la siguiente manera:

1. **Primera Tutoría (Inicio de la Asignatura):** Introducción a los contenidos y orientación sobre la estructura del curso.
2. **Segunda Tutoría (Mitad del Contenido):** Revisión y aclaración de conceptos clave a medida que los estudiantes avanzan en el temario.
3. **Tercera Tutoría (Antes de la Evaluación Final):** Enfoque en la evaluación final y la entrega de tareas, ofreciendo pautas y consejos para abordar los exámenes y proyectos.

Estas tutorías proporcionan una valiosa oportunidad para que los estudiantes resuelvan sus dudas, profundicen en los contenidos y reciban orientación directa del docente, enriqueciendo su proceso de aprendizaje.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

La evaluación final de cada asignatura del MBA se compone de dos actividades clave, diseñadas para medir de manera integral los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo del curso.

1. Evaluación Integral de Opción Múltiple (50% de la calificación final):

- La evaluación integral consiste en un cuestionario tipo test de 30 preguntas, con cuatro opciones de respuesta cada una. Esta evaluación está estructurada para cubrir de manera equilibrada los contenidos de las cinco unidades didácticas, asignando aproximadamente 6 preguntas a cada unidad.
- Entre el 20% y el 40% de las preguntas del cuestionario serán similares o idénticas a las realizadas por el alumno en las autoevaluaciones semanales, lo que permite consolidar y reforzar los aprendizajes clave.
- Este cuestionario tiene un peso del 50% en la calificación final de la asignatura y está diseñado para evaluar tanto la comprensión teórica como la capacidad de aplicar los conceptos aprendidos en situaciones prácticas.

2. Tarea Integradora (50% de la calificación final):

- La segunda parte de la evaluación consiste en una Tarea Integradora, asignada por el profesor a modo de trabajo final de asignatura. Esta tarea tiene como objetivo integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el curso, abordando problemas o casos prácticos relevantes.
- La forma y el contenido de la Tarea Integradora pueden variar dependiendo de la metodología y enfoque del profesor, pero siempre estarán orientados a garantizar que el alumno pueda demostrar su capacidad para analizar, sintetizar y aplicar los conceptos clave de la asignatura de manera holística.
- Esta actividad representa el otro 50% de la calificación final y es fundamental para evaluar la competencia práctica del alumno.