



EUDE - Escuela Europea de dirección y Empresa

Guía Docente
Dirección de Marketing
Primera Convocatoria 2021/2022

Datos generales de la asignatura

Programa:	MBA Máster en Dirección y Administración de Empresas
Asignatura:	Dirección de Marketing
Medida:	2.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

Introducción al Marketing:

- Tendencias
- Creatividad
- Marketing 3.0 / 4.0

Marketing estratégico orientado cliente:

- Cliente principio y fin
- Identificación de las necesidades
- Satisfacción e insatisfacción

Análisis del entorno:

- Pest
- Porter

Análisis DAFO. Segmentación del mercado:

- Concepto
- Ventajas
- Criterios de segmentación
- Mix marketing
- Marca

Posicionamiento:

- Percibido + Proyectado
- Elementos del posicionamiento
- La imagen corporativa
- Factores, estadios y mapas 8.6.5

Investigación de mercados:

EUDE - Escuela Europea de dirección y Empresa

· Mercado competencia y publicidad

· SIM

Branding:

· Concepto y expresión

· Metodología y proceso de construcción de marcas

Equipo docente

Silvia López Armas

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Organizar y planificar los elementos claves del plan de marketing estratégico y operativo (Competencias Instrumentales)

Aplicar los conocimientos en la práctica en la dirección propia del marketing. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Analizar el plan de marketing adecuado a la empresa y en coherencia a la estrategia global de la compañía.

Evaluar el plan de marketing adecuado a la empresa y en coherencia a la estrategia global de la compañía.

Destrezas

Actuar con planes de marketing alineados a la estrategia demanda por la dirección. (Plano Subjetivo)

Actividades formativas

eBooks		
Clases magistrales		
Material Complementario		
Feedback/Tutoría		
Sesión Presencial Virtual		

Actividades de evaluación

Método del Caso

Foro de Debate

Examen