



Escuela de Negocios Grupo Aristeo

Guía Docente
Plan de Marketing
Primera Convocatoria 2021/2022

Datos generales de la asignatura	
Programa:	Máster en Emprendimiento e Innovación Empresarial
Asignatura:	Plan de Marketing
Medida:	3.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria
Temario	
Tema 1: Plan de Marketing. Conceptos generales. ¿Qué es un plan de marketing? Para qué necesita una empresa o negocio un plan de marketing? Contenido del plan de marketing. Tema 2: Análisis del entorno y de la competencia. Criterios de segmentación del mercado y determinación de objetivos del plan de marketing. Oportunidades y amenazas. Matriz de Impacto del análisis DAFO y diseño de Estrategias. Tema 3: Información del mercado y la competencia. Sistema de Información del Mercado (SIM). Recopilación de datos del mercado. Elaboración de la proyección de ventas. Tema 4: Planificación del presupuesto de marketing. Principales Indicadores del presupuesto de marketing. ¿Cómo calcular el presupuesto de marketing? Principales criterios internacionales sobre el presupuesto de marketing.	
Equipo docente	
Laura Duro Benitez	
Resultados de aprendizaje	
Competencia básica	
Competencias generales	
Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. (Competencias Sistémicas) De acuerdo a las variables e información del mercado, organizar y planificar las acciones de marketing (Competencias Instrumentales) Serán capaces de evaluar el impacto de los planes de marketing que desarrollen (Competencias Interpersonales)	
Conocimientos	
Identificar las necesidades de una empresa o negocio Analizar el entorno y la competencia, así oportunidades y amenazas.	



Escuela de Negocios Grupo Aristeo

Determinar de la información recopilada y evaluada, los presupuestos de marketing de una empresa o negocio

Destrezas

Integrar todos los conocimientos, y plasmarlos en una planificación de las acciones y presupuestos de marketing (Plano Subjetivo)

Organizar las acciones de marketing en función de lograr un objetivo comercial (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Ejercicios		
Discusiones		
Trabajo en grupo		
Tutorías		

Actividades de evaluación

Examen escrito

Observación directa del desempeño

Informes