6-07

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

ESTRATEGIAS COMERCIALES

CÓDIGO 01425054

UNED

6-07

ESTRATEGIAS COMERCIALES

CÓDIGO 01425054

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

El objetivo de la asignatura es el estudio de:
La planificación de las decisiones estratégicas en el ámbito de la gestión de marketing y los principales tipos de estrategias y métodos de análisis, aplicados sobre las variables fundamentales de marketing.

CONTENIDOS

Tema 1. Introducción al marketing estratégico.Tema 2. Análisis del mercado.Tema 3. Segmentación del mercado y posicionamiento estratégico.Tema 4. El producto.Tema 5. El precio.Tema 6. La distribución.
Tema 7. La comunicación.
Tema 8. El plan de marketing.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6347
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	CLAUDIA SEVILLA SEVILLA
Correo Electrónico	csevilla@cee.uned.es
Teléfono	91398-9048
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La unidad didáctica para preparar la asignatura será:

REINA, M., RODRÍGUEZ, A. y RUFÍN, R.: *Marketing Superior.* Editorial Alondra, Madrid, 2006.

El libro se distribuirá exclusivamente a través de la editorial Alondra Ediciones en los teléfonos:
91 181 23 93
902 901 369
y a través de los Centros Asociados.
Nota importante: Existe una Guía Didáctica de imprescindible utilización para el seguimento del curso que podrá consultarse en la siguiente página web: www.uned.es/dpto-eeyc/asigade.htm.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva o especiales.
El test lo formarán veinticinco preguntas con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la asignatura.
Pueden consultar exámenes de años anteriores en la página *web* an-tes mencionada.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.