



GUÍA DOCENTE 2017-2018
Marketing Industrial

1. Denominación de la asignatura:

Marketing Industrial

Titulación

Grado en Ingeniería de Organización Industrial

Código

6222

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Específica

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Ingeniería Civil

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Ignacio Fontaneda González

4.b Coordinador de la asignatura

Ignacio Fontaneda González

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Tercer curso - Quinto semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

Competencias Generales de Grado:

• Instrumentales:

GI-1 - Demostrar la capacidad de análisis y síntesis.

GI-2 - Demostrar habilidades para la planificación, organización y estrategia.

GI-4 - Expresarse correctamente en Castellano, tanto de forma oral como escrita.

GI-5 - Poseer conocimientos sólidos que permitan la comunicación oral y escrita de un idioma extranjero, preferiblemente el inglés.

GI-8 - Desarrollar la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

GI-9 - Desarrollar la capacidad de búsqueda y gestión de la información.

GI-10 - Poseer la capacidad para la toma de decisiones.

• Personales:

GP-1 - Desarrollar el razonamiento crítico.

GP-2 - Desarrollar las habilidades interpersonales.

GP-3 - Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo.

GP-5 - Desarrollar la capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.

GP-6 - Adquirir compromiso con la ética y la responsabilidad social.

• Sistémicas

GS-1 - Desarrollar la capacidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

GS-2 - Adquirir la capacidad de aprendizaje autónomo y preocupación por el saber y la formación permanente.

GS-3 - Desarrollar la capacidad para la adaptación a nuevas situaciones.

GS-4 - Desarrollar la capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).

GS-5 - Demostrar capacidad de liderazgo.

GS-7 - Ser capaz de trabajar de forma autónoma.

GS-8 - Mostrar iniciativa y espíritu emprendedor.

GS-9 - Mostrar motivación por la calidad y mejora continua.

Competencias Específicas de la Titulación:

• Disciplinarias y Académicas:

ED-29 - Conocimientos sobre planificación y desarrollo de nuevos productos y procesos

• Profesionales:

EP-1 - Capacidad para la Dirección General de empresas, especialmente empresas



industriales o de servicios con un contenido tecnológico relevante.
EP-8 - Capacidad para la Gestión de Marketing y Comercial

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Capacitar al alumno para: <ul style="list-style-type: none">• La gestión del marketing industrial.• Adoptar las decisiones de comercialización de los productos y servicios de la empresa• Elaboración de planes de marketing.<ul style="list-style-type: none">o Estudio e investigación de mercados.o Definición de mercado objetivo.o Diseño de nuevos productos.o Establecimiento de precios.o Diseño de sistemas de distribución.o Plan de comunicación de la empresa.• Medir de la satisfacción del cliente.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
<p style="text-align: center;">Marketing Industrial</p> <p>Introducción a la dirección comercial</p> <p>La función de marketing</p> <p>Mercado</p> <p>Producto</p> <p>Precio</p> <p>Distribución</p> <p>Comunicación</p> <p>Investigación comercial</p> <p>La fuerza de ventas</p> <p>Satisfacción del cliente</p>



Plan de marketing

Responsabilidad Social

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Gabín, M^a Amparo de la encarnación , (2010) Gestión comercial y servicio de atención al cliente, Thomson Paraninfo,
Kotler, P, (2012) Dirección de Marketing, Prentice Hall,
Lambin, JJ, (2003) Marketing estratégico, Esic Editorial,
Santesmases Mestre, M, (2012) Marketing; concepto y estrategias, Piramide,

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases teóricas	Todas	22	36	58
Clases prácticas	Todas	22	36	58
Seminarios, Debates, Tutorías, ...	Todas	4	15	19
Realización de trabajos, Informes, Memorias y Pruebas de Evaluación	Todas	6	9	15
Total		54	96	150

11. Sistemas de evaluación:

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Evaluación continua	20 %	20 %
Plan de marketing personal	20 %	20 %
Exposición en clase (grupo 2-3 personas)	20 %	20 %
Prueba final (nota mínima de 4 para superar la asignatura)	40 %	40 %
Total	100 %	100 %



Evaluación excepcional:

Evaluación que consistirá en la realización y presentación de los trabajos desarrollados durante el curso, tanto oralmente como escritos (40%). Además de evaluación de adquisición de competencias y conocimientos a través de pruebas escritas (30%) y orales (30%)

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

- o Pizarra y Proyector.
- o Aula de ordenadores para determinadas prácticas.
- o Páginas Webs relacionadas.
- o Bibliografía disponible en la Biblioteca.
- o Aplicaciones interactivas en la Plataforma UBUvirtual.
- o Tutorías individualizadas o en grupo a demanda de los alumnos.

13. Calendarios y horarios:

El calendario aprobado por la Junta de Escuela de la Escuela Politécnica Superior y los horarios publicados en los tabloneros oficiales de la E.P.S.

14. Idioma en que se imparte:

Español