DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Plan de Marketing
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Turismo (PGR-TURISMO)
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Asignatura. Plan de Marketing

- Estudio y aplicación de los métodos y técnicas de marketing
- Análisis, interpretación y divulgación de datos estadísticos
- Implementación del Plan de Marketing

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Toma de decisiones
- CG03. Trabajo en equipo
- CG04. Capacidad de análisis y síntesis
- CG06. Resolución de problemas
- CG07. Razonamiento crítico y autocritico
- CG18. Liderazgo
- CG22. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético la práctica profesional

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE33. Iniciativa y espíritu emprendedor
- CE56. Capacidad y habilidad para establecer el plan de marketing: fijar los objetivos comerciales, definir el público objetivo, plantear las estrategias, controlar el presupuesto de marketing entre otras tareas propias de este perfil
- CE57. Capacidad para analizar y aplicar los instrumentos de marketing a la estrategia general de la empresa

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Diagnosticar una situación de partida de la empresa para desarrollar la investigación, la planificación y la implementación de las estrategias dentro del Plan de Marketing.
- Crear y desarrollar un Plan de Marketing adaptado a las necesidades de cada empresa, institución u organismo.

- Realizar un seguimiento y control de las estrategias y acciones puestas en marcha en el Plan de Comunicación.