

Marketing Social

UGRA_015680

Departamento	Departamento de Marketing
Idiomas de impartición	Inglés y castellano
ECTS	4
Profesor/a responsable	Mezo Fernández, Juan Manuel - juan.mezo@esade.edu

Objetivos de la asignatura Los objetivos de aprendizaje o resultados previstos para esta asignatura son los siguientes:

1. Integrar los conocimientos adquiridos en asignaturas anteriores de marketing, qué es el marketing y cómo aplicarlo: llevar a cabo un proyecto real de marketing, ejecutarlo y obtener resultados.
2. En equipos y con la orientación de un director de marketing real, elaborar y ejecutar un plan de marketing para una organización social (ONG).
3. Comprender que la orientación al mercado es un proceso que puede aplicarse a todo tipo de intercambios.

Conocimientos previos

Para participar en esta asignatura, es recomendable, aunque no imprescindible, haber cursado una asignatura básica de Marketing, que te permitirá trabajar en los conceptos de orientación al mercado y en planes de marketing (marketing estratégico y operativo).

Prerrequisitos

Antes de empezar el curso, los estudiantes deberán tener toda la información necesaria y los materiales de apoyo, así como el plan de la asignatura, y contactar con el profesor ante cualquier cuestión que pueda surgir.

Descripción

Contribución de la asignatura al programa

Esta asignatura hace varias contribuciones únicas al programa:

- Consolidar los conceptos básicos de marketing a través de su aplicación al ámbito social, todavía no muy desarrollada y, por tanto, donde las innovaciones en procesos son especialmente relevantes.
- Verificar que algunos conceptos de gestión, como la orientación al mercado, siguen siendo válidos para las organizaciones privadas y para cualquier proyecto (público, del tercer sector y social) que intente obtener resultados influyendo en el comportamiento.
- Utilizar una metodología de aprendizaje única como el aprendizaje-servicio, una herramienta prestigiosa y reconocida internacionalmente no solo por la posibilidad de consolidar el proceso de aprendizaje a través de una experiencia única, sino también por el creciente valor curricular que va adquiriendo.

Bibliografía

Actividades

Proyectos con empresas y proyectos de consultoría

Los estudiantes trabajarán para una ONG en un reto propuesto por esta y que implicará la elaboración de un plan de marketing y un plan de ejecución.

Contenido

#	Tema
1	En cada sesión, los equipos trabajarán para resolver el reto que les haya planteado la ONG. Trabajarán en los objetivos, las referencias, los estudios de mercado, la estrategia y el plan de acción hasta la ejecución final y la medición de los resultados. Se concluirá con la presentación final a la ONG.

Evaluación

Herramienta	Sistema de evaluación	Categoría	%
Participación en actividades del programa	Evaluación del profesorado: asistencia, participación actitud, implicación, conocimiento	Convocatoria ordinaria y recuperación	25,00%
Trabajo en equipo con empresas u otras organizaciones	Presentación final	Convocatoria ordinaria y recuperación	25,00%
Ejercicios individuales o en equipo	Consecución de los objetivos	Convocatoria ordinaria y recuperación	20,00%
Participación en actividades del programa	Desarrollo y ejecución de un plan estratégico y táctico	Convocatoria ordinaria y recuperación	30,00%

PROGRAMAS

B13-Programa de Intercambio. Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Business)
B13 1.º curso (optativa)

B13S-Programa de Intercambio. Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Business)
B13S 1.º curso (optativa)

BBA20- Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Business)
BBA20 4.º curso (optativa)
BBA20 3.º curso (optativa)

BBE20- Grado en Dirección de Empresas (BBA) (Grados: Business)
BBE20 3.º curso (optativa)
BBE20 4.º curso (optativa)

GBD20-Doble Grado en Dirección de Empresas y Derecho (Grados: Derecho)
GBD20 4.º curso (optativa)
GBD20 5.º curso (optativa)