

## 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)