

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	GESTIÓN DEL MARKETING
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DEL NEGOCIO MARÍTIMO Y EL DERECHO MARÍTIMO
Escuela/ Facultad	CIENCIAS SOCIALES
ECTS	3 ECTS
Carácter	OBLIGATORIA
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	SEMIPRESENCIAL/ONLINE
Semestre	2
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	JAVIER MUÑOZ DE PRAT(SEMIPRESENCIAL)/MANUEL ESLAVA PEREZ (ON LINE)

2. PRESENTACIÓN

En esta materia el estudiante adquirirá los conocimientos y las competencias para diseñar estrategias adecuadas en los diversos mercados en los que operan las empresas de transporte de mercancías y pasajeros. Adquiriendo los conocimientos necesarios para poder establecer estrategias de precios consecuentes con la oferta y demanda de su producto o servicios, y aplicando técnicas de marketing que permitan adecuar sus capacidades de producción al mercado. Entendemos la importancia de esta materia, habida cuenta de las peculiaridades que presenta el mercado del transporte que requiere unas políticas de precios muy dinámicas y unas altas necesidades de explorar nuevos mercados. Si bien en este máster no tratamos de formar profesionales del marketing, consideramos importante tener una adecuada formación que le permita, desde puestos directivos o asesores externos, integrar esta área dentro de una visión general de la empresa en la toma de sus decisiones.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB6: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

- CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- CT1: Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- CT2: Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT3: Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT4. Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT5. Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT6. Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.
- CT7. Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.
- CT8. Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.
- CT9. Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- CE9 - Capacidad para diseñar un plan estratégico de marketing en el sector del transporte marítimo y multimodal combinado las variables precio/ producto-servicio.

- CE13 - Capacidad para diseñar estrategias de entrada o salida de nuevos mercados en función de la oferta y demanda detectada en el sector del transporte marítimo y multimodal.

Resultados de aprendizaje:

- RA1:: Comprobar que su fuerza de ventas se encuentra trabajando los mercados y canales adecuados en función de la capacidad de su empresa.
- RA2: Diseñar estrategias de crecimiento o desinversión de la organización basadas en sus productos/servicios y las necesidades del mercado.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados del Aprendizaje
CB6, CB8, CT1, CT2 y CE13	RA1: Comprobar que su fuerza de ventas se encuentra trabajando los mercados y canales adecuados en función de la capacidad de su empresa.
CB9, CT6, CT8, CT9 y CE 9	RA2 Diseñar estrategias de crecimiento o desinversión de la organización basadas en sus productos/servicios y las necesidades del mercado.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en los siguientes temas de aprendizaje:

- 1.- Análisis del mercado del transporte: segmentación y nichos. Canales de venta y distribución.
- 2.- Concepto de producto/servicio y análisis de precio.
- 3.- Introducción de nuevos productos/servicios
- 4.- El marketing mix en el sector del transporte.
- 5.- El flete como un commodity: estrategias de venta
- 6.- Marketing digital.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral / web conference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad semipresencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones Magistrales	2.5
Lectura de Temas de Contenido (MD)	2.5
Debates y Coloquios	10
Resolución de problemas profesionales /Análisis de casos prácticos	15
Exposiciones Orales	2.5
Elaboración de informes y escritos	12
Tutorías	1
Trabajo autónomo	29.5
TOTAL	75

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Lectura de temas de contenido (MD)	5
Debates y coloquios a través de seminario virtual	10
Resolución de problemas/Análisis de casos	15
Exposiciones orales mediante webconference	2.5
Elaboración de informes y escritos	12
Tutoría virtual	1
Trabajo autónomo	29.5
TOTAL	75

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad semipresencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	20%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Exposiciones orales	10%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Modalidad semipresencial:

Actividades evaluables	Fecha
Estudio de caso 1	Semana 1
Estudio de caso 2	Semana 1
Estudio de caso 3	Semana 2
Informes y escritos	Semana 2
Exposiciones orales	Semana 3
Pruebas presenciales de conocimiento	• Convocatoria ordinaria: 3ª semana julio. • Convoc. extraordinaria: 3ª semana sept.

Modalidad online:

Actividades evaluables	Fecha
Estudios de caso 1	Semana 1
Estudio de caso 2	Semana 1
Estudio de caso 3	Semana 2
Informes y escritos	Semana 2
Exposiciones orales	Semana 3
Pruebas presenciales de conocimiento	• Convocatoria ordinaria: 2ª sem abril. • Convoc. extraordinaria: 2ª sem. Sept.

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

BOOMS, B.H. AND BITNER, M.J. (1981). *'Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firm's*. In: Marketing of Services, American Marketing Association, Chicago, pp. 47-51.

DE LANGEN, P. (2004). *'The Performance of Seaports Clusters. Rotterdam. Erasmus Research Institute of Management'*. Disponible en:

http://www.porteconomics.nl/docs/The_Performance_of_Seaport_Clusters.pdf

ESPO (2016). Trends in EU Ports Governance 2016. Disponible en:

http://www.Trends_in_EU_ports_governance_2016_FINAL_VERSION.pdf (espo.be)

GARCIA ALONSO, L. (2005). *'Competencia Interportuaria: delimitación y análisis del área de influencia de los puertos españoles'*. Oviedo, Universidad de Oviedo. Departamento de Economía Aplicada

KOTLER, PHILIP. (2000). *Marketing Management*. Millennium Edition. EE. UU. Prentice-Hall, Inc., Décima Edición.

PAROLA F., PALLIS A.A., RISITANO M, FERRETTI M. (2018). *Marketing strategies of Port Authorities: A multi-dimensional theorisation. Transportation Research Part A*. 111, pp. 199–212. Disponible en <https://porteconomicsmanagement.org/>

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.