

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Marketing Directo y promocional
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	4º
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Optativa
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Curso académico</b>	24-25
<b>Docente coordinador</b>	César Martín de Bernardo González

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Marketing Directo y Promocional” es una asignatura de carácter optativa dentro de la planificación de las enseñanzas del Grado en Publicidad de la Universidad Europea de Madrid.

Dicha asignatura trata de aproximar y contextualizar la práctica de comunicación con el entorno del marketing, en concreto con las estrategias de marketing directo dentro de un plan de marketing, siendo capaces de gestionar bases de datos de clientes, y de interpretar los resultados de las acciones promocionales de una empresa.

### 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Competencias básicas

- CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general.

#### Competencias Transversales.

- CT02: 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.
- CT03. Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT04. 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.
- CT05. 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

#### Competencias específicas

- CE31 Capacidad para identificar y evaluar las necesidades de los consumidores, diseñando procedimientos, creando productos y soluciones con los que canalizar la demanda hacia la oferta de las marcas, aplicando las herramientas técnicas utilizadas en los estudios de mercado y tomándolas como criterio en la toma de decisiones, respetando los derechos fundamentales y la igualdad entre hombres y mujeres

Competencias	Resultados de aprendizaje
BÁSICAS: CB4	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Conocer y entender los nuevos términos y conceptos del Marketing Directo y Promocional.</li> </ul>
TRANSVERSALES: CT2,CT3, CT4, CT5	
ESPECÍFICAS : CE31	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Comprender la importancia de las herramientas de comunicación y marketing directo, dentro del Plan de Marketing de la Empresa.</li> <li>· Gestionar y manejar Bases de Datos de clientes.</li> <li>· Conocer la metodología para la creación de campañas de Marketing Directo y Promocional.</li> <li>· Analizar, interpretar y controlar los resultados de las acciones de Marketing Directo y Promocional</li> </ul>

## 4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (cuatro o cinco temas dependiendo de las unidades):

- **Unidad 1. Concepto de Marketing Directo y Promocional. Evolución y adaptación al entorno digital.**
- **Unidad 2 Función del Marketing Directo y Promocional dentro del Plan de Marketing**
- **Unidad 3. Principales herramientas y formatos del Marketing Directo y Promocional.**
- **Unidad 4. Gestión, manejo y regulación jurídica de Bases de Datos**
- **Unidad 5. Creatividad adaptada a los formatos del Marketing Directo y Promocional**

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase Magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Web conference
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en retos

## 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 presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	50 h
Trabajo autónomo	30 h
Elaboración de informes y escritos	10 h
Análisis de casos, resolución de problemas, elaboración de proyectos, simulación	50 h
Tutoría	10 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 H</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
<b>Sistema de evaluación</b>	<b>Peso</b>
Prueba de conocimiento Presencial	40%
Entrega de informes escritos	30%
Exposiciones orales	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 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 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:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Individual: Investigación noticia actualidad relacionada con el Marketing Directo (Total 3 durante el semestre)	Semana 2-4
Actividad 2. Actividad participativa individual I: Investigación y presentación sobre estrategia de Marketing directo y promocional de una empresa	Semana 6-8
Actividad 3. Prueba objetiva tipo test intermedia, conceptos marketing directo	Semana 13-16
Actividad 4. Actividad participativa individual II Investigación y presentación de conclusiones sobre estrategia de marketing directo y bases de datos de una empresa	Semana 17
Actividad 5. Prueba final	Semana 16-17

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- KOTLER, P., Dirección de Marketing, 18ª, Madrid, Prentice Hall, 2021.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Martin De Bernardo, C., y Priede Bergamini, T. (2007). Marketing móvil. Una nueva herramienta de comunicación. Madrid: Netbiblo.
- Rosendo, V., y Laguna, P. (2014). Marketing relacional. Madrid: Dykinson.
- Smith, M. (2012). El nuevo marketing relacional. Madrid: Anaya.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (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@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú 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.