Cursos de postgrado

30 créditos

Curso académico 2013-2014

Marketing

del 15 de enero al 30 de junio de 2014

DIPLOMA DE EXPERTO UNIVERSITARIO

Características: material impreso, material multimedia, actividades presenciales optativas, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Economía de la Empresa y Contabilidad

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PROGRAMA DE POSTGRADO
Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.
Curso 2013/2014

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Acreditación:

Máster: mínimo de 60 ECTS.

Diploma de Especialización: mínimo de 30 ECTS.

Diploma de Experto: mínimo de 15 ECTS.

Certificado de Formación del Profesorado: 5 ECTS.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

1. Destinatarios

2. Presentación y objetivos

El curso orientado a la obtención del Diploma de Experto en Marketing de la UNED, en esta su ya decimocuarta edición, pretende transmitir a todo aquel que lo desee, aún cuando sus circunstancias personales y laborales le impongan restricciones de disponibilidad y horario, los conocimientos fundamentales y la práctica del Marketing tanto convencional como en Internet, y en diversos ámbitos de actividad como los mercados de consumo o los partidos políticos.

Nuestro objetivo es pues conseguir que quien realice el curso y siga nuestras enseñanzas, basadas en el método y los medios didácticos de la Universidad a Distancia, sepa utilizar y poner en práctica para sus propósitos los elementos, técnicas e instrumentos del Marketing, así como sus capacidades directivas y emprendedoras.

También obtendrán la base para realizar determinados máster o cursos de postgrado de la UNED en el ámbito del Marketing y de la Dirección de Empresas, accediendo en esos casos a ayudas al estudio (para más información: marketing@cee.uned.es)

Especial atención se presta en el Curso al comercio electrónico y el e-business, dada la importancia y presencia de Internet y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en las actividades de empresas e instituciones.

También se analiza y estudia la aplicación del marketing en instituciones sin ánimo de lucro, en partidos políticos, o en los mercados culturales, de ocio y turísticos.

Aplicaciones profesionales y orientación para el empleo

Los matriculados en el curso tendrán a su disposición los servicios del centro de orientación, información y empleo (COIE) de la UNED: www.uned.es.

3. Contenidos

I. INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

1. LA EMPRESA Y SU ADMINISTRACIÓN

2. LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA

II. FUNDAMENTOS DEL MARKETING EN LA ERA DE INTERNET

3. ¿QUÉ ES Y QUÉ ABARCA EL MARKETING?

4. EL COMIENZO: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

5. LA DEMANDA

6. LOS CONSUMIDORES ANTE EL PRODUCTO.

7. LOS DIFERENTES TIPOS DE CONSUMIDORES

8. ¿CÓMO SE INVESTIGA LO QUE OCURRE?

9. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

III. INSTRUMENTOS DEL MARKETING

10. EL PRODUCTO

11. LA PUBLICIDAD OFF-LINE Y ON-LINE

12. LOS VENDEDORES, LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS

13. LA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

14. EL PRECIO

IV. ESTRATEGIAS DE MARKETING

15. LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA

16. ¿QUÉ ESTRATEGIAS SE PUEDEN ADOPTAR?

17. FIJACIÓN ESTRATÉGICA DEL PRECIO

18. LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS

V. COMERCIO ELECTRÓNICO Y E-BUSINESS

19. INTERNET Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN MARKETING

20. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

21. E-BUSINESS EN LAS EMPRESAS

VI. EXTENSIONES Y APLICACIONES DEL MARKETING

22. MARKETING SOCIAL Y DEL TERCER SECTOR

23. MARKETING POLÍTICO Y ELECTORAL

24. MARKETING CULTURAL

25. MARKETING TURÍSTICO

CASOS PRÁCTICOS

4. Metodología y actividades

No hay actividades presenciales en el Curso, con excepción de las tutorías personales voluntarias.

El método aplicado en el curso es el propio de la UNED, basado en la enseñanza universitaria a distancia, la cual permite al alumno:

- Seguir el curso cualquiera que sea su lugar de residencia

- Compatibilizar el aprendizaje con sus responsabilidades familiares y laborales

- Aprender sin desplazamientos

Este método de aprendizaje conduce a una adecuada formación mediante el empleo de:

- Material escrito específicamente para la enseñanza a distancia (textos, manuales y guías didácticas).

- Plataforma educativa on-line en la web del curso y foros de debate académico

- Casos prácticos

- Colecciones de ejercicios de autocomprobación

- Régimen permanente de tutoría y atención al alumno on-line y telefónica

- Sesiones personales voluntarias

- Videoconferencias (si la agrupación geográfica de los alumnos del curso en torno a los Centros Asociados de la UNED lo hace posible).

Trabajos a realizar: Prueba de evaluación final del curso (no presencial)

5. Material didáctico para el seguimiento del curso

5.1 Material obligatorio

5.1.1 Material en Plataforma Virtual

- Guía didáctica elaborada por el Equipo Docente del Curso

- Casos prácticos elaborados por el Equipo Docente y expertos externos.

- Selección de lecturas, aplicaciones o videos en la web del curso.

5.1.2 Material enviado por el equipo docente (apuntes, pruebas de evaluación, memorias externas, DVDs, ...)

- Rufín, R. (2008): "

Introducción al Marketing

". Sanz y Torres

- Rufín, R. (2008): "

Marketing Avanzado

". Sanz y Torres

Este material será abonado por el alumno junto a la matrícula del curso.

6. Atención al estudiante

Prof. Dr. Ramón Rufín Moreno (curriculum)

Profª Dra. Ainhoa Rodríguez Oromendía

- Tutoría telefónica o personal los martes lectivos (10 a 14 h.), miércoles (17 a 19 horas) y jueves por las mañanas (10 a 14 h.) - Teléfono: 91-398.87.04; 91-398.63.47;

- Tutoría permanente en la web del curso y por correo electrónico: **marketing@cee.uned.es**

7. Criterios de evaluación y calificación

Para superar el curso será necesario obtener la calificación de "APTO" en la **prueba de evaluación a distancia** que tendrá lugar al final del mismo. Dicha prueba tendrá carácter práctico y consistirá en la resolución por el alumno de un supuesto que le planteará el Equipo Docente del Curso.

8. Duración y dedicación

22 semanas lectivas

15/01/2014 al 30/06/2014

9. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

RUFIN MORENO, RAMON

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

RODRÍGUEZ OROMENDÍA, MARÍA AINHOA

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

MEDINA MOLINA, CAYETANO

Colaborador - Externo

PÉREZ MARCO, JAVIER

10. Precio del curso

Precio de matrícula: 840,00 €.

Precio del material: 100,00 €.

11. Descuentos

11.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en este enlace.

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

12. Matriculación

Del 13 de septiembre de 2013 al 13 de enero de 2014.

FUNDACIÓN UNED

Francisco de Rojas, 2-2º Dcha

28010 Madrid

Teléfono: +34 913867275 / 1592

Fax: +34 913867279

13. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.