

| INFORMACIÓN PARA EL ALUMNO          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                                              |                                                                           |                                          |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| TITULACIÓN:                         | MASTER UNIVERSITARIO EN Creación de Empresas, Nuevos Negocios y Proyectos Innovadores (MasterUp)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |             |                                              |                                                                           |                                          |
| MÓDULO:                             | MÓDULO ESPECÍFICO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |             |                                              |                                                                           |                                          |
| CURSO:                              | Marketing emprendedor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |             | CÓDIGO:                                      | 1567008                                                                   |                                          |
| COORDINADOR                         | MARÍA MORAL MORAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |             |                                              |                                                                           |                                          |
| OBJETIVOS                           | El objetivo de esta materia es proporcionar a los nuevos negocios, los proyectos de innovación o empresas de nueva creación los conocimientos y las herramientas necesarias para investigar el mercado, definir el público objetivo, captar clientes, gestionar clientes y establecer relaciones duraderas dentro de un modelo de negocio rentable, sostenible y de alto crecimiento.                                                                                                                                                                                                                                                                                           |             |                                              |                                                                           |                                          |
| RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAJE | Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |             |                                              |                                                                           |                                          |
|                                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprender el papel del marketing en la gestión de un proyecto innovador y en la puesta en marcha de una nueva empresa.</li><li>• Valorar la importancia de diseñar un plan de marketing integrado que oriente la empresa a la satisfacción del consumidor.</li><li>• Dominar herramientas para analizar, captar y retener a clientes rentables estableciendo relaciones duraderas.</li><li>• Dominar la elaboración de un plan integrado de marketing.</li><li>• Entender los factores principales que afectan a la demanda de un producto o servicio.</li><li>• Conocer las principales herramientas del marketing digital.</li></ul> |             |                                              |                                                                           |                                          |
|                                     | Meses/Días                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Horarios    | Sesiones                                     | ACTIVIDADES y CONTENIDOS                                                  | PROFESORES                               |
|                                     | 14/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 16.00-18.00 | S1                                           | Marketing Estratégico e Investigación de Mercados: Plan de Marketing (I)  | MARÍA MORAL MORAL (Universidad de Cádiz) |
|                                     | 14/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 18.30-20.30 | S2                                           | Marketing Estratégico e Investigación de Mercados: Plan de Marketing (II) | MARÍA MORAL MORAL (Universidad de Cádiz) |
|                                     | 18/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 16.00-18.00 | S3                                           | Las 10 “C” del Marketing: Imagen de marca y gestión de envases            | SALVA GARCIA-RIPOLL (Salvartes)          |
| 18/1/21                             | 18.30-20.30                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | S4          | Las 10 “C” del Marketing: Imagen corporativa | Raúl Reguera                                                              |                                          |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |             |     |                                                                     |                                   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
|                        | 20/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 16.00-18.00 | S5  | Técnicas de venta y negociación (I): Estimación de ventas           | VICENTE FRANCO RIVERO (Camarinal) |
|                        | 20/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 18.30-20.30 | S6  | Técnicas de venta y negociación (II): Estimación del precio         | VICENTE FRANCO RIVERO (Camarinal) |
|                        | 21/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 16.00-18.00 | S7  | Técnicas de venta y negociación (I): Estimación de ventas           | VICENTE FRANCO RIVERO (Camarinal) |
|                        | 21/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 18.30-20.30 | S8  | Marketing Estratégico: Técnicas de growth hacking                   | BENJY MONTOYA                     |
|                        | 25/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 16.00-18.00 | S9  | Las 10 “C” del Marketing: Precio, ventas, multiconcepto de producto | BEATRIZ REVILLA                   |
|                        | 25/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 18.30-20.30 | S10 | Las 10 “C” del Marketing: Precio, ventas, multiconcepto de producto | BEATRIZ REVILLA                   |
|                        | 27/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 16.00-18.00 | S11 | Marketing Digital                                                   | BEATRIZ REVILLA                   |
| COMPETENCIAS           | 27/1/21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 18.30-20.30 | S12 | Marketing Digital                                                   | BEATRIZ REVILLA                   |
|                        | CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.<br>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.<br>CG9 - Capacidad de análisis que le permita distinguir entre lo importante de lo accesorio cuando se aborden situaciones complejas.<br>CE10 - Conocimiento y aplicación de las herramientas específicas para desarrollar un plan de marketing.<br>CE11 - Capacidad para comunicar las conclusiones obtenidas subrayando las razones últimas que las sustentan de forma que sean comprensibles para audiencias tanto especializadas en el tema como ajenas al mismo.                           |             |     |                                                                     |                                   |
| METODOLOGÍA<br>DOCENTE | <b>Docencia presencial/participativa teórica:</b> La docencia en este curso se desarrollará de manera presencial en sesiones tanto teóricas como prácticas. En las sesiones teóricas se estimulará la participación del alumno a través del debate y la reflexión conjunta.<br><b>Análisis de casos:</b> los alumnos podrán simular situaciones reales de empresas a partir de casos de empresas, en los que tengan que resolver un problema real de forma individual o en grupo.<br><b>Actividad presencial práctica:</b> Para cada uno de los bloques temáticos se desarrollarán actividad práctica al objeto que el alumno perciba la aplicabilidad de los conocimientos transmitidos.<br><b>Trabajo cooperativo y en equipo:</b> Dentro de estas actividades se propone la resolución de mini-casos en grupo el análisis de noticias relacionadas con el desarrollo o el éxito de estrategias empresariales y la resolución de problemas simulados. |             |     |                                                                     |                                   |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | <b>Sesiones colectivas de debate:</b> Al igual que en las sesiones teóricas se estimulará el trabajo cooperativo y en equipo de los alumnos y se pondrán en común en sesiones colectivas de debate.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>MÉTODO DE EVALUACIÓN</b>     | <b>Participación activa e interés del alumno en las actividades colectivas programadas (Mínimo 10%, Máximo 30%).</b><br><b>Resolución y defensa de trabajos individuales y/o en grupo en el que se apliquen los contenidos impartidos. (Mínimo 40, Máximo 80).</b><br><b>Examen escrito de conocimientos (Mínimo 10, Máximo 30).</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>   | <b>Exposiciones teórico-prácticas:</b> Exposición por parte del profesor o profesionales externos sobre los conceptos fundamentales de los contenidos de la sesión con el apoyo de presentaciones audiovisuales y la promoción de debates en el aula con el objetivo de despertar la curiosidad y el interés del alumnado (14 horas) <b>(PRESENCIALIDAD: 100%)</b><br><b>Resolución de estudios de caso:</b> ya sea individual y/o en grupo con objeto de que el alumno adquiriera las destrezas, competencias, transversales y específicas propuestas para el curso, en función de los contenidos expuestos en las sesiones teóricas (10 horas) <b>(PRESENCIALIDAD: 100%).</b><br><b>Horas de trabajo no presenciales:</b> En las que el alumno desarrollará su capacidad de aprendizaje autónomo a través del estudio, la solución de casos y el desarrollo de su proyecto (51 horas) <b>(PRESENCIALIDAD: 0%).</b>                                                        |
| <b>NOTAS DE INTERÉS</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La presencialidad es obligatoria al 100% de las sesiones. Se exige una presencialidad mínima del 80% de las sesiones para que el alumno pueda ser evaluado, el 20% de las ausencias solo serán aceptadas por causa justificada.</li> <li>2. El alumno deberá ir adaptando su proyecto inicial a medida que avanza el proceso de aprendizaje e incorporando al mismo los conocimientos adquiridos en cada curso.</li> <li>3. Las sesiones serán en lengua española, a excepción de las sesiones extraordinarias que podrán ser en inglés. El material de trabajo podrá estar tanto en lengua española como en lengua inglesa.</li> <li>4. Durante el curso, los alumnos están obligados a consultar la página web del curso en Campus Virtual, lugar donde se dejará la documentación necesaria para seguir las clases, y en la que se notificará cualquier contingencia o aviso urgente relacionado con la asignatura.</li> </ol> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alcázar, P (coord). (2013). El libro de los emprendedores. Deusto. Barcelona.</li> <li>- Blank, S. y Dorf. B. (2013). El Manual del Emprendedor. 1ª ed. Gestión 2000. Barcelona.</li> <li>- Bravo, C. (2013). Marketing de guerrilla para emprendedores valientes. La Esfera de los Libros. Madrid.</li> <li>- Hernández, A. (2013). Vender es fácil, si se sabe cómo. 1ª ed. Alienta Ed. Barcelona.</li> <li>- Kotler, P. y Keller, K.L. (2012). Dirección de Marketing. 14ed. Pearson. México.</li> <li>- Küster, I. y Román, S. (2008). Venta Personal y Dirección de Ventas. 2 ed. Paraninfo. Madrid.</li> <li>- Sainz de Vicuña Ancín, J.M. (2010). El Plan de Marketing en la PYME. 2ed. ESIC. Madrid.</li> <li>- Santambrosio, M. y De Andrés, P. (2014). Tu plan de Marketing digital en una semana. Gestión 2000. Barcelona.</li> </ul>                                                                                   |