

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING.
RELACIÓN MATERIALES-SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	EVALUACIÓN CONTINUA				EXAMEN FINAL		
			Caso/ Trab. Grupo.	Participación en clase/en tutorías	Caso/Prácticas /Trab. Indiv.	Pruebas conocimiento	Presentación, defensa trabajo/Tutor profesional	Examen/ Prueba objetiva final	
MÓDULO: FUNDAMENTOS DIRECCIÓN DE MARKETING	MATERIA 1: DIRECCIÓN DE MARKETING	Dirección estratégica de marketing	35%	5%			10%	50%	
			BB; PP; AC; V	BB, BC; EP; V; PDE			V;PDO	CM	
		Desarrollo competencias para la dirección de marketing	50%					50%	
			EI; BB; PP; LD;AC					PDO	
	MATERIA 2: INVESTIGACION EN MKT	Técnicas de investigación en marketing	50%						50%
			BB; PP; AC; EI; PDO						PDE
MÓDULO: PROGRAMA DE MARKETING	MATERIA 1: PROGRAMA DE MARKETING	Dirección de producto y marca	30%	20%		5%	10%	35%	
			BB,IFS,ADC	LD,EI,EP,AC		CM	PDO	PDE	
		Dirección de canales de distribución	40%						60%
			AC y EI; PPA; PDO						CM; CV/F;PDE
		Dirección de precios	60%						40%
			BB, PDO, BC, AC, LD, PDE; CM						PDE
		Dirección de comunicación comercial	25%		30%				45%
			BB; BC; AC		15%	15%			PDE, EC
			LD; CV/F; AC; PDE		CV/F				

Legenda	Material
AC	Análisis de casos
AI	Análisis de artículos de investigación
ADC	Analisis de datos de cuestionarios
AR	Asistencia reuniones
BB	Bibliografía
BC	Búsqueda de casos
CV/F	Cuestionario de V/F
CM	Cuestionarios de respuesta múltiple
DA	Dinamica Assessment
EC	Ejercicios cuantitativos
EI	Elaboración de informes
EP	Elaboración de preguntas
LD	Lecturas para debate
IFS	Búsqueda de información en fuentes secundarias

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING.
RELACIÓN MATERIALES-SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS**

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	EVALUACIÓN CONTINUA				EXAMEN FINAL	
			Caso/ Trab. Grupo.	Participación en clase/en tutorías	Caso/Prácticas /Trab. Indiv.	Pruebas conocimiento	Presentación, defensa trabajo/Tutor profesional	Examen/ Prueba objetiva final
MÓDULO: ENTORNO Y DEMANDA	MATERIA 1: ENORNO DE MARKETING	Régimen jurídico del mercado	25%	10%	30%			35%
			EI	PDO	BC;AC			RCP;LD
	MATERIA 2: COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	Análisis multidisciplinar en comportamiento del consumidor	25%	10%	30%			35%
			BB,BC,AC; EI	BB, BC; EP; AI; PDO	BB,PP,LD, AI, EI			PDE,AC
		Modelos de comportamiento de compra para la toma de decisiones en marketing	60%		30%		10%	
			BB,PP,AC		BB,PP,CM+PDE		AI	
MÓDULO: ESPECIALIZACIÓN OPCIÓN B (PERFIL INVESTIGADOR)	MATERIA 1: INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN MARKETING	Metodología de investigación académica en marketing		40%	40%		20%	
				BB; PP; LD; AI; EI	BB; PP; LD; AI; EI		PDO	
	Modelización teórica en marketing		40%	40%		20%		
			BB; PP; LD; AI; EI	BB; PP; LD; AI; EI		PDO		
	MATERIA 2	TFM		25%	50%		25%	
				AR;EI	EI		EI;PDO	

Legenda	Material
PDE	Preguntas de desarrollo (escrito)
PDO	Preguntas de desarrollo (oral)
PP	Presentaciones del profesor (Con sonido o sin sonido)
PPA	Presentaciones en público del alumno
PEP	Presentaciones encuentros profesionales
PTP	Presentaciones talleres profesionales
RCP	Resolución caso práctico
TP	Textos elaborados por el profesor
VC	Valoración competencias
V	Vídeo (realización)
VP	Videos profesionales

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING.
RELACIÓN MATERIALES-SISTEMA DE EVALUACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	EVALUACIÓN CONTINUA				EXAMEN FINAL	
			Caso/ Trab. Grupo.	Participación en clase/en tutorías	Caso/Prácticas /Trab. Indiv.	Pruebas conocimiento	Presentación, defensa trabajo/Tutor profesional	Examen/ Prueba objetiva final
MÓDULO: ESPECIALIZACIÓN OPCIÓN A (PERFIL DIRECTIVO)	MATERIA 1: FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	Previsión de ventas	75%			25%		
			10%	65%	PDO, EI			
			CM, CV/F	BB, PP, EI, AC				
		Marketing internacional,	20%		30%		10%	40%
			EI;EC;IFS;RCP		AC;RCP		PPA	BB;CM;PDE
			60%			40%		
	Dirección de personas	25%	5%	30%		30%	10%	
		EI,BC, PP	PP	DA		LD,PDO,EI	AC	
		60%			40%			
	MATERIA 2: TALLERES DE MARKETING	Taller de comunicación en marketing	PDE, PDO, EI, BC, LD, RCP, PPA, IFS, ADC			40%		
			PDO, EI, RCP, PPA					
		Taller de marketing sectorial,	30%		50%		20%	
			PP, RCP, PEP		RCP, CM, PDE, PDO, TP		PPA, PDO	
	Taller de investigación en marketing	50%			50%			
			25%	25%			TP,VP,PEP,PTP	
		CM,TP,VP,PEP, PTP	CM,TP,VP,PEP, PTP					
MATERIA 3	Prácticas		10%	40%		50%		
			AR;EI	EI		VC		
MATERIA 4	TFM		25%	50%		25%		
			AR;EI	EI		EI;PDO		