



**MAGISTER EN  
MARKETING**

TRANSFORMANDO LA GESTIÓN COMERCIAL

<b>Nombre del curso</b>	<b>Marketing y Publicidad</b>
<b>Descripción del curso</b>	La Asignatura pretende que el Alumno sea capaz de gestionar el marketing y la publicidad como estrategia de posicionamiento corporativo. En especial, que esta mezcla sea utilizada estratégicamente como herramienta de fidelización de los clientes. Por medio de una metodología de aplicación conceptual a casos reales se relevarán las distintas herramientas de gestión de marketing y publicidad.
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprender el proceso de marketing y publicidad y sus potenciales efectos en el proceso de toma de decisiones de compra del consumidor.</li> <li>- Analizar el papel de la mezcla de marketing y publicidad, en tanto herramientas de posicionamiento de mercado.</li> </ul>
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing y Publicidad.</li> <li>- Medios de Comunicación.</li> <li>- Planificación de Medios.</li> <li>- Diseño e Imagen de Marca.</li> </ul>
<b>Modalidad de evaluación</b>	Las calificaciones parciales y sus respectivas ponderaciones que conformarán la nota final son las siguientes: Participación en clases, preparación y exposición de Casos 30% <b>EXAMEN FINAL</b> Caso de Aplicación 70%
<b>Bibliografía</b>	<b>Básica:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de Marketing. Un enfoque basado en el proceso de Dirección. Ana Isabel Rodríguez Escudero; José Luis Munuera Alemán, ESIC EDITORIAL, 2009. ISBN 9788473566261</li> <li>• Estrategia de Marketing. Ferrell &amp; Hartline, 2012. 5ª Edición.</li> <li>• Apuntes del Profesor</li> </ul>
	<b>Recomendada:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículos del Journal of the Academy of Marketing Science</li> </ul>

