

27637 - Márketing público y no lucrativo

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 27637 - Márketing público y no lucrativo

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal que el estudiante aprenda la importancia del marketing en la gestión de las instituciones públicas y las organizaciones no lucrativas, así como ofrecerles una formación especializada sobre la aplicación y adaptación de los principios y técnicas del marketing en este tipo de organizaciones.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), y 9 (Industria, innovación e infraestructuras). En función del tema establecido y la organización colaboradora, la contribución a estos y a otros ODS forma parte del propio trabajo de la asignatura.

2. Resultados de aprendizaje

- Definir qué es el marketing público y el marketing no lucrativo.
- Conocer cuál es el alcance, función e importancia del marketing en las organizaciones públicas y no lucrativas.
- Trasladar y adaptar los conocimientos del marketing comercial o empresarial, a las organizaciones públicas y no lucrativas.
- Identificar, diferenciar y evaluar las principales fases del proceso de planificación estratégica del marketing en las organizaciones públicas y no lucrativas.
- Aplicar las herramientas del marketing mix en el sector público y no lucrativo.
- Analizar críticamente el uso del marketing realizado por organismos públicos y no lucrativos, y realizar recomendaciones para la mejora del mismo.
- Desarrollar, de manera individual y/o en equipo, actividades y trabajos relacionados con los contenidos de la asignatura y planificar los mismos para la mejor consecución de los objetivos fijados y la optimización del tiempo.
- Comunicar, de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades y trabajos realizados.

Todo lo anterior se realizará de acuerdo a los valores propios de la ética y las buenas prácticas profesionales, así como los valores democráticos y de respeto.

3. Programa de la asignatura

Tema 1. Introducción al marketing público y no lucrativo

Tema 2. Marketing social

Tema 3. Marketing de las instituciones no lucrativas

Tema 4. Marketing público

Tema 5. Marketing político

4. Actividades académicas

Clases magistrales: proporcionarán los conocimientos teóricos y ejemplos prácticos que faciliten su comprensión y aplicación.

Clases prácticas: resolución y presentación de casos prácticos, elaboración y presentación de trabajos, discusión de noticias y campañas de comunicación, y actividades interactivas. De forma individual y/o en grupo.

Actividades tutelares: supervisar trabajos, aclarar dudas y/o realizar prácticas concretas.

Estudio personal: preparación y estudio de contenidos teóricos y prácticos, resolución de actividades prácticas, realización de trabajos individuales y/o en grupo, búsqueda y análisis de información, entre otros.

Pruebas de evaluación.

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará en evaluación continua y prueba global en PRIMERA convocatoria y mediante prueba global en la SEGUNDA convocatoria.

Evaluación Continua:

1) Prueba escrita sobre los contenidos teóricos, prácticos y teórico-prácticos recogidos en el programa. Contendrá preguntas cortas y/o ejercicios de aplicación. Puntuación: 5 puntos (nota mínima 1 sobre 5).

Criterios de evaluación: adecuación de las repuestas a los contenidos teóricos y prácticos; precisión en el uso de terminología y claridad expositiva en las respuestas; expresión escrita, presentación y corrección ortográfica.

2) Trabajo/s sobre la aplicación del Marketing Público y/o Marketing No Lucrativo. Los alumnos en grupos efectuarán un análisis y/o acción de marketing orientada a un organismo público y/o una organización no lucrativa. Se aplicará la metodología Aprendizaje Servicio. Puntuación: 3'5 puntos (nota mínima 0'9 sobre 3'5).

Criterios de evaluación: coherencia entre la temática y los contenidos del temario; presentación, estructura y contenido; idoneidad de fuentes de información consultadas; precisión en el uso de terminología; originalidad; profundidad en el tratamiento del tema; rigor en el análisis crítico, conclusiones y recomendaciones; aplicabilidad e impacto; capacidad de comunicación escrita (y oral si procede).

3) Entrega y presentación de análisis críticos de campañas de comunicación, noticias y/o resolución de casos prácticos. Puntuación: 1'5 puntos (nota mínima 0'6 sobre 1'5).

Criterios de evaluación: presentación, estructura y contenido; precisión en el uso de terminología; profundidad de análisis, coherencia y correcta aplicación de contenidos teóricos; capacidad de comunicación escrita (y oral si procede).

Para superar la asignatura es necesario obtener la nota mínima exigida en cada una de las partes y que la suma sea igual o superior a 5 puntos. Si en alguna de las partes no se obtuviera la calificación mínima, la nota final será la más baja de ellas.

Evaluación Global

Prueba escrita sobre los contenidos teóricos, prácticos y teórico-prácticos recogidos en el programa. Contendrá preguntas cortas, ejercicios de aplicación y/o preguntas relacionadas con los contenidos prácticos desarrollados en el trabajo, casos prácticos y lecturas. Puntuación: 10 puntos.

Criterios de evaluación: criterios de la prueba escrita expuestos anteriormente.

Se realizará en las fechas marcadas por el Centro.

Para superar la asignatura por este sistema es necesario obtener una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10.