

**GUÍA DOCENTE**  
**INFORMÁTICA APLICADA AL**  
**MARKETING**

**GRADO EN MARKETING**

**CURSO 2019-2020**

Fecha de publicación: 09.07.2019

<b>I. Identificación de la Asignatura</b>	
Tipo	<b>FORMACIÓN BÁSICA</b>
Periodo de impartición	<b>1 curso, 2Q semestre</b>
Nº de Créditos	<b>6</b>
Idioma en que se imparte	<b>Castellano</b>

<b>II. Presentación</b>
<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Los estudiantes aprenderán los fundamentos para obtener, analizar y administrar la información de negocios en el contexto del Marketing, asegurando la exactitud y fiabilidad de los datos. También aprenderán los conceptos principales para preparar y entregar información eficientemente. Los estudiantes adquirirán la capacidad de usar software profesional para crear, analizar, recuperar y transmitir información en diferentes formatos, gestionando los datos de manera eficaz y eficiente. Las habilidades adquiridas en el curso permitirán a los estudiantes mejorar su rendimiento tanto en el ámbito académico como profesional.</p>

<b>III. Competencias</b>
<b>Competencias Generales</b>
<p>CG04. Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.</p> <p>CG05. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio: usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.</p> <p>CG17. Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales: reconocimiento y respeto a la diversidad.</p> <p>CG20. Trabajar en entornos de presión.</p> <p>CG28. Aplicar los conocimientos a la práctica</p>
<b>Competencias Específicas</b>
<p>CE08. Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial, así como para su aplicación en la gestión de marketing en la empresa.</p>

IV. Contenido	
IV.1. Temario de la asignatura	
<b>Bloque temático</b>	<b>Tema</b>
I. Edición profesional de documentos en el ámbito académico del Marketing y la Mercadotecnia	I.1. Uso de herramientas básicas para el trabajo y edición de informes y dosieres en el ámbito del Marketing y la Mercadotecnia I.2. Uso de herramientas avanzadas para la edición de documentos comerciales complejos y planes de Marketing I.3. Herramientas para el desarrollo de acciones masivas de comunicación comercial (Mailing o eMailing) I.4. Uso de herramientas de revisión, colaboración y protección de documentos en equipos de trabajo dentro de un departamento de Marketing
II. Análisis y gestión de información en el ámbito del Marketing y la Mercadotecnia	II.1. El trabajo con datos en un departamento de Marketing (introducción al trabajo con datos en el ámbito del Marketing y la Mercadotecnia) II.2. Hojas de cálculo para la presentación de datos comerciales dentro de un departamento de Marketing II.3. Organización de la información y trabajo con series de datos comerciales II.4. Técnicas avanzadas para el análisis y presentación grafica de datos en un departamento de Marketing II.5. Trabajo en equipo y protección de la información en archivos de datos en un departamento de Marketing
IV.2. Actividades Formativas	
<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Prácticas / Resolución de ejercicios	(AFE2) Trabajos individuales de carácter práctico.
Otras	(AFE5) Asistencia a tutorías académicas y preparación previa de éstas
Lecturas	(AFE1) Preparación de los contenidos teóricos. Lectura de los materiales teóricos recomendados.

<b>V. Tiempo de Trabajo</b>	
Clases teóricas	18
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	39
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc.	0
Realización de pruebas	3
Tutorías académicas	18
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	32
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	60
Preparación de pruebas	10
Total de horas de trabajo del estudiante	180

<b>VI. Metodología y Plan de Trabajo</b>		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Preparación de los contenidos teóricos.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Trabajos individuales de carácter práctico.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Asistencia a tutorías académicas y preparación previa de estas.

<b>VII. Métodos de evaluación</b>
<b>VII.1. Ponderación para la evaluación</b>
<p><b>Evaluación Ordinaria:</b> La asistencia es obligatoria y deberá ser de un mínimo del 80% del total de clases. La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación</p> <p><b>Evaluación extraordinaria:</b> Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.</p>
<b>Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación</b>
<p>La evaluación se desarrolla de acuerdo a las siguientes actividades y ponderaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>TRABAJO DEL CURSO: 30% de la nota final del curso</b> Actividad obligatoria. Reevaluable en la convocatoria extraordinaria. Consistirá en la entrega del/-os trabajo/-s o práctica/-s que el profesor del curso establezca.</li> <li>- <b>PRUEBA FINAL: 70% de la nota final del curso</b> Actividad obligatoria. Reevaluable en la convocatoria extraordinaria. Consistirá en una prueba final de indole práctica establecida por el profesor del curso. <b>IMPORTANTE:</b> El alumno que esté involucrado en cualquier tipo de fraude académico (actividades evaluables o no), suspenderá automáticamente la asignatura, sin opción de recuperación. <b>MUY IMPORTANTE:</b> El alumno que esté involucrado en cualquier tipo de fraude académico (actividades evaluables o no) suspenderá automáticamente la asignatura, sin opción de recuperación.</li> </ul>

<b>VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica</b>
Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Si
<b>VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación</b>
Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.
<b>VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales</b>
Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.
<b>VII.5. Conducta Académica</b>
Véase normativa de conducta académica
<b>VIII. Recursos y Materiales Didácticos</b>
<b>Bibliografía</b>
<p><b>Castellano</b></p> <p>Word y los documentos extensos: crear informes, tesis, novelas. Autor: Rieu, Jean-François. Ed. ENI. 2012. ISBN: 9782746073463</p> <p>Cuadros resumen y cuadros de mando: tratamiento y análisis de grandes volúmenes de datos con Excel 2016. Autor: Rigollet, Pierre. Ed. ENI. 2016. ISBN: 9782409005510</p> <p>Cálculos matemáticos, estadísticos y financieros con Excel 2016. Autor: Duigou, Claude. Ed. ENI. 2016. ISBN: 9782409004315</p> <p>Análisis eficaz de datos con tablas dinámicas. Autor: Rigollet, Pierre- Ed. ENI. 2016. ISMN: ISBN: 9782409007118</p> <p><b>Inglés</b></p> <p>Building Complex Documents: Using Microsoft Word 2007, 2010, and 2013. Author: F. Mark Schiavone. Editor: Sycamore Technical. 2014. ISBN-10: 0615966217</p> <p>Creating Research and Scientific Documents Using Microsoft Word. Author: Alexander Mamishev. Editor: Microsoft Press. 2013. ISBN-10: 0735670447</p> <p>Word 2013 Bible. Author: Lisa A. Bucki. Editor: John Wiley &amp; Sons. 2013. ISBN: 978-1-118-48812-6</p> <p>Excel 2016 for Marketing Statistics: A Guide to Solving Practical Problems (Excel for Statistics). Author: de Thomas J. Quirk, Eric Rhiney. Editor: Springer-Verlag GmbH. 2016. ISBN: 331943375X</p> <p>Excel Dashboards and Reports, 2nd Edition (Mr. Spreadsheet's Bookshelf). Author: Michael Alexander. Editor: Mr. Spreadsheet's Bookshelf Collection, Wiley. 2013. ISBN-10: 1118490428</p>

Financial Analysis and Modeling Using Excel and VBA. Sengupta, Chandan. Ed. Wiley. 2010. ISBN: 978-0-470-27560-3

Excel data analysis: your visual blueprint for analyzing data, charts, and PivotTable.

Author: McFedries, Paul; Etheridge, Denise.

Publisher: VisualPub. 2013. ISBN: 978-1-118-51714-7

**Bibliografía de Consulta**

#### **IX. Profesorado**

Nombre y Apellidos	<b>Cristina Gasca</b>
Correo Electrónico	<b>prof.cgasca@eserp.com</b>
Titulación Académica	<b>Licenciada en CC. Económicas</b>