

GUIA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

**RESPUESTA ÁGIL AL MERCADO Y GESTIÓN DE PROYECTOS EN MARKETING**

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	CARÁCTER
		Respuesta Ágil al Mercado y Gestión de Proyectos en Marketing			4	Optativo
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)			
María José Rodríguez Fórtiz (Universidad de Granada) Manuel Noguera García (Universidad de Granada)			María José Rodríguez Fórtiz ETSI Informática y de Telecomunicación Pdta. Daniel Saucedo Aranda s/n 18071 Granada Tlfn.: 958 24 31 78 mjfortiz@ugr.es <a href="http://lsi.ugr.es/lsi/mjfortiz">http://lsi.ugr.es/lsi/mjfortiz</a>			
			Manuel Noguera Facultad de Educación, Economía y Tecnología Cortadura del Valle s/n 51001 Ceuta Ext. Móvil: 70028 <a href="mailto:mnoguera@ugr.es">mnoguera@ugr.es</a> <a href="http://lsi.ugr.es/lsi/mnoguera">http://lsi.ugr.es/lsi/mnoguera</a>			
			HORARIO DE TUTORÍAS			
			Recomendamos visitar las páginas web de los profesores para conocer información actualizada de los horarios de tutoría, así como posibles cambios.			
MÁSTER EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS MÁSTERES A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR			
Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing			Máster de Desarrollo de Software			



**ugr** | Universidad  
de Granada



PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL MÁSTER)

El diseño y la gestión de la estrategia de marketing de una empresa son actividades que se enmarcan dentro de proyectos empresariales más amplios que hacen necesario estudiar y planificar el momento en que dichas actividades han de llevarse a cabo. Por otro lado, algunas palancas sobre las que se articulan las campañas de marketing, como la imagen de marca, tienen un impacto cada vez menor o limitado en un entorno empresarial globalizado y cada vez más cambiante. En este sentido, adquirir competencias para la planificación y gestión de proyectos, así como en la utilización de herramientas que faciliten esta labor y su seguimiento, proporciona al profesional un valor añadido que le aporta diferencia competitiva.

Asimismo, el plan de proyecto contiene una especificación de tareas a realizar que ha de ser fácilmente comprensible para todos los actores involucrados, permitiendo encontrar modelos repetibles de éxito fácilmente escalables y ágiles. Los modelos repetibles permiten encontrar las fortalezas de una empresa sobre las que apalancar sus futuras estrategias de éxito y diseñar campañas de marketing. Por otro lado, el modelado de procesos de negocio está encaminado a representar cómo opera una organización (o cómo ha de hacerlo) para la consecución de un determinado fin. Se trata de una actividad fundamental previa a la implantación de cualquier proceso en una empresa, ya que habilita el análisis y simulación de las actividades que lo componen, lo que a su vez, permite detectar posibles inconvenientes del mismo en fases tempranas de un proceso empresarial, ahorrando tiempo y recursos de forma ágil.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS DEL MÓDULO

CG3-Mejorar la capacidad de organización y planificación.  
CG5-Mejorar la capacidad para gestionar la información.  
CG8-Favorecer la capacidad para el razonamiento crítico y autocrítico.

CE17-Representar e identificar hitos en un proyecto  
CE18-Conocer y diseñar estructuras de respuesta ágil y refuerzo a la estrategia de marketing de una empresa

CT1-Capacidad de asimilación y comunicación de conocimiento de otras disciplinas. Capacidad para integrarse en equipos de trabajo multidisciplinares.  
CT3-Capacidad para la resolución de problemas dentro de su área de estudio aplicando sus conocimientos a su trabajo de una forma profesional. Capacidad para aplicar las TIC en el ámbito académico profesional.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)



*ugr* | Universidad  
de Granada



**El alumno sabrá/comprenderá:**

- Las limitaciones de algunos elementos de apalancamiento de las estrategias de marketing cuando no están respaldados por políticas y estructuras de empresa adecuadas.
- Casos de éxito, técnicas y principios para la gestión ágil de recursos y proyectos en la empresa.
- Las principales técnicas de análisis y modelado para representar procesos de negocio en una organización.

**El alumno será capaz de:**

- Identificar modelos repetibles que faciliten la implantación de métodos ágiles de éxito en una organización sobre los que apalancar una campaña de marketing.
- Analizar, modelar y simular de procesos de negocio.
- Utilizar herramientas para planificar y controlar un proyecto integrando una estrategia de marketing.

**TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA**

**Tema 1. Diseño, organización y representación de procesos.**

- 1.1. Identificación de procesos.
- 1.2. Notaciones de representación de proyectos.
- 1.3. Modelado y análisis de procesos.

**Tema 2. Planificación y gestión de proyectos.**

- 2.1. Proyecto y Gestor de proyectos.
- 2.2. Planificación y gestión temporal, de costes, de recursos y de riesgos.
- 2.3. Planificación y gestión de la calidad.

**Tema 3. Agilidad empresarial y modelos repetibles.**

- 3.1 La empresa ágil
- 3.2 El gran modelo repetible
- 3.3 Principios de diseño repetibles

**BIBLIOGRAFÍA**

- "Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos" (Guía del PMBOK). Project Management Institute, 4ª edición, 2008. ISBN 193389072X



- H.R. Kerzner. Project Management. Case Studies. John Wiley & Sons. 2013. ISBN 1118022283
- Jack R. Meredith & Samuel J. Mantel: "Project Management: A Managerial Approach". John Wiley & Sons, 8th international student edition, 2012. ISBN 1118093739
- M. Dumas, M. La Rosa, J. Mendling, H.A. Reijers. "Fundamentals of Business Process Management". Springer, 2012
- Nirmal Pal, Daniel C. Pantaleo: "The Agile Enterprise: Reinventing your Organization for Success in an On Demand World". Boston, MA : Springer Science+Business Media, Inc., 2005
- Zook, C., Allen, J.: "Repeatability". Harvard Business Review Press, 2013

#### ENLACES RECOMENDADOS

- Foro de gestores de proyectos: <http://www.gestoresdeproyectos.es/blog/>
- Aplicaciones Open Source para la gestión de proyectos:  
<http://www.whatsnew.com/2012/01/22/aplicaciones-open-source-para-la-gestion-de-proyectos/>
- <http://www.bpmn.org/>
- <http://www.conceptualmodeling.org/>
- <http://www.workflowpatterns.com/>

#### METODOLOGÍA DOCENTE

MD0-Lección magistral/expositiva  
 MD1-Sesiones de discusión y debate  
 MD2-Resolución de problemas y estudio de casos prácticos  
 MD3-Prácticas de laboratorio o clínicas  
 MD7-Realización de trabajos en grupo  
 MD8-Realización de trabajos individuales

#### EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

E1-Pruebas, ejercicios y problemas, resueltos en clase o individualmente a lo largo del curso: entre 10% y 20% de la calificación final  
 E2-Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo): entre 60% y 80% de la calificación final  
 E7-Aportaciones del alumno en sesiones de discusión y actitud del alumno en las diferentes actividades desarrolladas: entre 10% y 20% de la calificación final

#### INFORMACIÓN ADICIONAL



**ugr** | Universidad  
de Granada

