

Guía docente de la asignatura

Respuesta Ágil al Mercado y a la Gestión de Estrategias de Marketing

Fecha última actualización: 05/07/2021
Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 17/07/2021

Máster

Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing

MÓDULO

Tecnologías y Herramientas para el Análisis del Mercado y Estrategias Comerciales

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre

Segundo

Créditos

4

Tipo

Optativa

Tipo de enseñanza

Enseñanza Virtual

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Disponer de ordenador personal y conocimientos sobre instalación de programas y aplicaciones en sistemas operativos modernos.

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 objetivo. 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

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG03 - Mejorar la capacidad de organización y planificación.
- CG07 - Fomentar el trabajo en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- 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.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT02 - Capacidad de organización y planificación, así como capacidad de gestión de la información.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

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.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

- Tema 1. Diseño, organización y representación de procesos
 - 1.1 Identificación de procesos.
 - 1.2 Notaciones de representación de procesos.
 - 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.

PRÁCTICO

Se pide la realización de tres tareas, una correspondiente a cada tema. Algunas tareas se deben realizar de forma individual y otras en grupos pequeños.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- "Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos" (Guía del PMBOK). Project Management Institute, 6ª edición, 2016. ISBN 193389072X
- H.R. Kerzner. Project Management. Case Studies. John Wiley & Sons. 2013. ISBN 1118022283
- Meredith, Jack R.; Mantel Jr., Samuel J.; Shafer, Scott M. "Project Management: A Managerial Approach Editorial: John Wiley & Sons Inc, 2015. ISBN 10: 1118945832 ISBN 13: 9781118945834
- M. Dumas, M. La Rosa, J. Mendling, H.A. Reijers. "Fundamentals of Business Process Management". Springer, 2nd Edition, 2018



- White, S. A., & Miers, D. (2008). BPMN modeling and reference guide: understanding and using BPMN. Future Strategies Inc.
- 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

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Preguntas para la Certificación PMP®: 800 preguntas con explicaciones de respuesta alineadas con la Guía del PMBOK® 6ª Edición. por Pablo Lledó. 2018. ISBN 0999507311

ENLACES RECOMENDADOS

- Foro de gestores de proyectos:
<https://www.appvizer.es/revista/organizacion-planificacion/gestion-proyectos/gestores-de-proyectos>
- Aplicaciones Open Source para la gestión de proyectos:
<https://www.capterra.es/blog/618/software-gestion-de-proyectos-codigo-abierto-pymes>
- <http://www.bpmn.org/>
- <http://www.conceptualmodeling.org/>
- <http://www.workflowpatterns.com/>
- <https://www.flexsim.com/es/>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 Lección magistral/expositiva
- MD02 Sesiones de discusión y debate
- MD03 Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- MD06 Ejercicios de simulación
- MD07 Análisis de fuentes y documentos
- MD08 Realización de trabajos en grupo
- MD09 Realización de trabajos individuales

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

CONVOCATORIA ORDINARIA

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se les haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

- E1- Pruebas, ejercicios y problemas, resueltos en clase o individualmente a lo largo del



curso: 20% de la calificación final.

- E2-Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo): 70% de la calificación final.
- E7-Aportaciones del alumno en sesiones de discusión y actitud del alumno en las diferentes actividades desarrolladas: 10% de la calificación final.

Las entregas de tareas para su evaluación se realizarán a través de la plataforma web de apoyo a la docencia de la Universidad de Granada. Para aprobar la asignatura es necesario tener una calificación numérica superior o igual a 5 (sobre 10).

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba de preguntas y respuestas, y/o un trabajo sobre el curso, para el que se puede solicitar una defensa.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas.

Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases o por causa sobrevenidas. Lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua.

La evaluación en tal caso consistirá en:

- E1-Pruebas, ejercicios y problemas.
- E2-Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo).

El estudiante realizará una prueba teórico-práctica sobre los contenidos de la asignatura y además, deberá entregar un trabajo similar al solicitado en las otras convocatorias, pero realizado de forma individual. Cada parte ponderará un 50% sobre la nota final.

