



Dades de l'assignatura-Datos de la Asignatura-Subject Information

Denominació Denominación Denomination	Marketing, publicidad y Comercio Electrónico Màrqueting, publicitat i Comerç Electron�c Marketing, publicity and electronic commerce		
Curs Curso Year	4		
Mòdul Modulo Module	Optativo/Optatiu/Optional		
Matèria Materia Field	Empresa y Mercado Empresa i Mercat Business and Market		
Periodicitat Periodicidad Periodicity	S 2		
Crèdits ECTS	6		
Aula / Horari Aula/Horario Classroom/Schedule	1	Dimecres-Miercoles-Wednesday: 19-21h Dijous-Jueves-Thursday: 17-19h	

Dades del professorat/Datos del profesorado/ Teacher information

Professor Responsable Profesor Responsable Teacher	Dr. Ramon Borjabad Bellido Dra. Fatima Vila Marquez		
Departament/Departa mento/Department	Estudis Jurídics de l'Empresa / Estudios Jurídicos de la Empresa/Legal studies of the Company		
Web	www.eurl.es		
E-mail	direccio@eurl.es	Tel�fon	973248993
Compet�ncies-Competencias-Competences			



Compet�ncies Espec�fiques/Específicas/Specific.
CE3 Capacidad para comprender las diversas vicisitudes empresariales y conectarlas con aspectos sociolaborales. CE11 Capacidad para identificar seleccionar e interpretar la legislación laboral, las normas colectivas y las sentencias de los tribunales. CE13 Capacidad para asesorar y representar a los trabajadores y sus respectivas organizaciones en el ámbito de la jurisdicción social. CE3 Capacitat per comprendre les diverses vicissituds empresarials i connectar-les amb aspectes sociolaborals. CE11 Capacitat per identificar seleccionar i interpretar la legislación laboral, les normes col�lectives i les sentències dels tribunals. CE13 Capacitat per assessorar i representar als treballadors i les seves respectives organitzacions en l'àmbit de la jurisdicción social. CE3 Ability to understand the various business vicissitudes and connect them with socio-labor aspects. CE11 Ability to identify, select and interpret labor legislation, standards collectives and court rulings. CE13 Ability to advise and represent workers and their respective organizations in the field of social jurisdiction.
Compet�ncies gen�riques i estrat�giques/Compet�ncias gen�ricas y estrat�gicas/ <u>Generic and strategic competences</u>
CG1 Capacidad de análisis y s�ntesis. CG2 Capacidad de gesti�n de la información. CG3 Capacidad para el aprendizaje aut�nomo y adaptación a las nuevas situaciones. CG4 Capacidad para el trabajo en equipo. CG1 Capacitat d'an�lisi i s�ntesi. CG2 Capacitat de gestió de la informaci�. CG3 Capacitat per a l'aprenentatge aut�nom i adaptació a les noves situacions. CG4 Capacitat per al treball en equip. CG1 Capacity for analysis and synthesis. CG2 Information management capacity. CG3 Capacity for autonomous learning and adaptation to new situations. CG4 Ability to work in a team.
Compet�ncias transversales/ competències transversals/ Transversal competences
CT1 Correcta comunicación oral y escrita en el lenguaje t�cnico. CT2 Dominio de las TICS aplicadas al perfil del grado. CT1 Correcta comunicación oral i escrita en el llenguatge tècnic. CT2 Domini de les TIC aplicades a l'perfil de l'grau. CT1 Correct oral and written communication in technical language.



CT2 Mastery of ICTs applied to the degree profile.

Objectius d'aprenentatge / Objetivos de aprendizaje / Learning objectives

- L'alumne ha de conèixer i aplicar els principis del màrqueting i la publicitat en l'empresa.
- L'alumne aprèn a realitzar campanyes de màrqueting i publicitat.
- L'alumne ha de conèixer i aplicar el comerç electrònic en l'empresa, la seva engegada i la seva utilització.
- El alumno debe conocer y aplicar los principios del marketing y la publicidad en la empresa.
- El alumno aprende a realizar campañas de marketing y publicidad.
- El alumno debe conocer y aplicar el comercio electrónico en la empresa, su puesta en marcha y su utilización.
- Students must know and apply the principles of marketing and advertising company.
- Students learn to perform marketing and advertising.
- Students must know and apply e-commerce company, its beginning and its use

Continguts de l'assignatura / Contenidos de la asignatura/ Subject contents

Bloc 1.- Màrqueting: Màrqueting i Empresa; màrqueting Estratègic; màrqueting Operatiu; Estratègia empresarial; Pla de Màrqueting; Competències directives; Legislació

Bloc 2.- Publicitat: Fonaments publicitaris; Disseny; Mitjans; Creativitat; Planificació; Legislaci .

Bloc 3.- Comer  electr nic: Introducció; e-commerce entre empreses; e-commerce entre empresa i consumidor; Models de negoci; Mecanismes de pagament; Aspectes jurídics.

Bloque 1.- Marketing: Marketing y Empresa; marketing Estratégico; marketing Operativo; Estrategia empresarial; Plan de Marketing; Competencias directivas; Legislación

Bloque 2.- Publicidad: Fundamentos publicitarios; Diseño; Medios; Creatividad; Planificación; Legislación.

Bloque 3.- Comercio electrónico: Introducción; e-commerce entre empresas; e-commerce entre empresa y consumidor; Modelos de negocio; Mecanismos de pago; Aspectos jurídicos.

Block 1. - Marketing: Marketing and Business, Strategic Marketing, Operational Marketing, Business Strategy, Marketing Plan, Management skills; Legislation

Block 2. - Advertising: Advertising Fundamentals, Design, Media, Creative, Planning, Legislation.

Block 3. - E-Commerce: Introduction; and e-commerce between businesses, and e-commerce between businesses and consumers, business models, payment mechanisms, legal aspects

Previsi  d'activitats d'aprenentatge/ Previsi n de actividades de aprendizaje.



Escola Universit ria de Relacions Laborals de Lleida

	HORES PRESENCIALS	HORES NO PRESENCIALS	Hores totals
Classes magistrals Clases magistrales Master Classes	30		40
Classes pràctiques Clases prácticas Practical Classes	22,5		22,5
Tutories Tutorias Tutorials	15		15
Activitats d'avaluació Actividades de evaluacion Evaluation activities	7,5		7,5
Estudi personal Estudio personal Personal Study		30	45
Activitats dirigides (casos, problemes, projectes, etc.) Actividades dirigidas Activities aimed.		45	35
TOTAL	75	75	150

Recursos/ Recursos / Resources

- MARKETING.COM Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Editorial: PIRAMIDE
- 222 CLAVES PARA HACER NEGOCIOS EN INTERNET: CÓMO DOMINAR EL MARKETING 2.0. Editorial: EDICIONES B.
- COMERCIO ELECTRÓNICO: TODO LO QUE HAY QUE SABER. Editorial: ALMUZARA
- COMERCIO ELECTRÓNICO Y PRIVACIDAD EN INTERNET. Editorial: CREACIONES COPYRIGHT
- CÓMO PREPARAR UN PLAN DE MARKETING. Editorial: GESTION 2000
- MARKETING 3.0. Editorial: LID-2010
- LA PUBLICIDAD. Editorial: PAIDOS
- MANUAL DE PUBLICIDAD. Editorial: ESIC

Refer ncies bibliogr fiques, electr niques

- MARKETING.COM Y COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Editorial: PIRAMIDE
- 222 CLAVES PARA HACER NEGOCIOS EN INTERNET: CÓMO DOMINAR EL MARKETING 2.0. Editorial: EDICIONES B.
- COMERCIO ELECTRÓNICO: TODO LO QUE HAY QUE SABER. Editorial: ALMUZARA
- COMERCIO ELECTRÓNICO Y PRIVACIDAD EN INTERNET. Editorial: CREACIONES COPYRIGHT
- CÓMO PREPARAR UN PLAN DE MARKETING. Editorial: GESTION 2000
- MARKETING 3.0. Editorial: LID-2010
- LA PUBLICIDAD. Editorial: PAIDOS
- MANUAL DE PUBLICIDAD. Editorial: ESIC

Avaluació / Evaluación / Evaluation



L'avaluació es divideix en dues parts diferenciades, puntuables cadascuna en un 50%
La primera, que es pot denominar com avaluació contínua, consistir  en la realització d'un Projecte sota les pautes del professor i consistent en la creació d'una campanya de publicitat o Pla de Marketing o Negoci amb e-commerce de forma col·lectiva (30%), la qual haurien de resoldre al llarg del curs, presentant, en el termini preestablert, el seu treball per escrit al professor i procedint a la seva exposició oral (20%).

La segona part es disocia en dos apartats: En el primer apartat es formular  una prova objectiva de tipus test consistent en la resolució d'enunciats mitjançant l'elecció de diferents respostes i en la qual es preval si ha compr s el temari i la seva capacitat per a diferenciar diferents possibilitats (30%). En el segon apartat es proposaran uns supòsits pràctics respecte a la qual es formularan diferents qüestions i en la qual s'intentar  avaluar la capacitat per a l'aplicació dels coneixements teòrics, oferint una solució argumentada (20%).

La evaluación se divide en dos partes diferenciadas, puntuables cada una en un 50%

La primera, que se puede denominar como evaluación continua, consistirá en la realización de un Proyecto bajo las pautas del profesor y consistente en la creación de una campanya publicitaria, plan de marketing o negocio con e-commerce de forma colectiva (30%), la cual deberán resolver a lo largo del curso, presentando, en el plazo preestablecido, su trabajo por escrito al profesor y procediendo a su exposición oral (20%).

La segunda parte se disocia en dos apartados: En el primer apartado se formular  una prueba objetiva de tipo test consistente en la resolución de enunciados mediante la elección de diferentes respuestas y en la que se prima si ha comprendido el temario y su capacidad para diferenciar diferentes posibilidades (30%). En el segundo apartado se propondrán unos supuestos prácticos respecto a la que se formularán diferentes cuestiones y en la que se intentar  evaluar la capacidad para la aplicación de los conocimientos teóricos, ofreciendo una solución argumentada (20%).

Criteris d'avaluació/Criterios de evaluacion/ Evaluation

Actividades: Portafolio-Proyecto: 30%. Presentación Proyecto: 20%

Prueba objetiva: 50%, consistente en:

- .- Un examen de preguntas test (30%).
- .- Supuesto/s práctico/s (20%) en el que el alumno deberá responder a una serie de preguntas, derivadas de un caso en el que tendrá que exponer una respuesta y un breve razonamiento de ésta.