

**Curso 2010-2011**

**CENTROS**

Planes Estudio

**PLANES**

**ASIGNATURAS**

Titulaciones de Grado/Master

**TITULACIONES**

**ASIGNATURAS**

 v. 2.11

**Fundamentos de marketing empresarial** CÓDIGO:20941

Ingeniero Técnico Industrial, Química Industrial (en extinción)  
 Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Industrial, Zaragoza

**Departamentos:**

Economía y Dirección de Empresas

**Áreas:**

Organización de Empresas

Oferta de plazas de libre elección:

**Curso:** 3

**Duración:** 2º cuatrimestre

**Carácter:** Optativa

**Tipo:** Teórica Práctica

**Idioma:** Español

**Horas teóricas:** 30

**Horas prácticas:** 30

**Créditos UZ:** 6

**Créditos ECTS:** 4,6

**Propia Titulación:**

**Otras Titulaciones:** S/L

**y/u:**

**Otros Centros:** S/L

**Nº Plazas optativas:** S/L

**Objetivos y Programa**

**Profesores y Bibliografía**

**Horario / Observaciones**

**Objetivos**

Dotar al alumno de una serie de conocimientos básicos sobre la comercialización de los productos y los servicios.

**Programa**

1. Objetivos y tareas del marketing
2. Decisiones sobre el producto
3. Decisiones sobre distribución
4. Decisiones sobre comunicación
5. Decisiones sobre precios
6. Investigación de mercados

**Evaluación**

El alumno debe responder a una serie de cuestiones teóricas breves y resolver ejercicios elementales sobre los temas que contiene el programa de la asignatura.