

[Volver al MENU](#)[CENTRO](#)[TITULACION](#)[<< Buscar TITULACION](#)[<< Buscar ASIGNATURA](#)**Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Industrial, Zaragoza
203 - Ingeniero Técnico en Diseño Industrial****22530 - Estrategias de mercadotecnia****Departamentos:**

Economía y Dirección de Empresas

Areas:

Organización de Empresas

Curso: 3**Duración:** 2º cuatrimestre**Carácter:** Optativa**Tipo:** Práctica Teórica**Idioma:** Español**Horas teóricas:** 30**Horas prácticas:** 30**Créditos UZ:** 6**Créditos ECTS:** 4,6[objetivos y programa](#)**Objetivos**

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

[profesores - bibliogr.](#)**Programa**

Tema 1: Objetivos y tareas del marketing. ¿Qué es el marketing en realidad?

Tema 2: Decisiones y estrategias de mercadotecnia: El marketing-mix

Tema 3: Decisiones sobre el producto

Tema 4: Decisiones sobre distribución

Tema 5: Decisiones sobre comunicación

Tema 6: Decisiones sobre precio

Tema 7: Decisiones y estrategias sectoriales: una aproximación a la realidad de los mercados industriales

Tema 8: Investigación de mercados

[Horario - Observ.](#)**Evaluación**