

GUIA DOCENT DE CENTRES ISEACV
GUÍA DOCENTE DE CENTROS ISEACV
Curs /Curso
2024-2025

1 Dades d'identificació de l'assignatura <i>Datos de identificación de la asignatura</i>					
Nom de l'assignatura <i>Nombre de la asignatura</i>	Márketing y Comunicación Màrqueting I Comunicació				
Crèdits ECTS <i>Créditos ECTS</i>	6	Curs <i>Curso</i>	4º	Semestre <i>Semestre</i>	1º
Tipus de formació <i>Tipo de formación</i> bàsica, específica, optativa <i>básica, específica, optativa</i>	Bàsica OE	Idioma/es en que s'imparteix l'assignatura <i>Idioma/s en que se imparte la asignatura</i>			Castellano/ Valenciano
Matèria <i>Materia</i>	Gestión del Diseño				
Títol Superior <i>Título Superior</i>	Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.				
Especialitat <i>Especialidad</i>	Diseño de Moda				
Centre <i>Centro</i>	Escola d'Art i Superior de Disseny d'Alcoi				
Departament <i>Departamento</i>	Ciencias sociales y legislación				
Professorat <i>Profesorado</i>	Salvador Baixauli Portalés				
e-mail <i>e-mail</i>	baixaulis@easdalcoi.es / s.baixauliportales@iseacv.gva.es				

1.1 Objectius generals i contribució de l'assignatura al perfil professional de la titulació <i>Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación</i>
<p>Esta asignatura tratará de ayudar al diseñador de moda a entender su intensa relación con el marketing y la comunicación.</p> <p>El marketing es el proceso encaminado para que un producto, una idea o un servicio cubran satisfactoriamente los deseos o las necesidades de los consumidores. Ello implica un conjunto de técnicas que ayudan a las empresas a cubrir esos deseos y necesidades.</p> <p>Por un lado, el diseñador de moda participa activamente dentro del proceso de aplicación o de utilización del marketing, es una parte fundamental del mismo. Hoy en día, no prestar la debida atención al diseño de moda en el mundo empresarial puede provocar que la imagen de nuestra marca, sea ambigua o poco profesional y esto puede conducir a un fracaso en nuestra estrategia de comunicación y, consecuentemente en la estrategia de marketing.</p> <p>Por otra parte, el diseñador de moda debe comprender la importancia y el alcance del concepto de marketing y saber cómo aprovechar las ventajas de su aplicación en su campo profesional. Esta asignatura capacitará al diseñador de moda para utilizar el marketing y la comunicación como una estrategia básica para tener éxito en su actividad profesional.</p> <p>El diseñador de moda es un profesional capaz de proyectar, analizar, investigar y determinar las propiedades y cualidades físicas, así como los valores simbólicos y comunicativos que han de</p>

caracterizar sus producciones de moda, definiendo la forma, la configuración, la calidad, el funcionamiento, el valor y la significación estética, social y medioambiental de las mismas.

El objetivo general de la asignatura será investigar, elaborar y comunicar un plan de marketing en el ámbito de un proyecto de diseño de moda teniendo en cuenta: los factores del entorno que le influyen, analizando el comportamiento de consumidor, aplicando las distintas estrategias en torno a cada una de las 4Ps y elaborando un plan de acción.

En resumen, el diseñador de moda aprenderá a elaborar el plan de marketing y entender su importancia, primero como herramienta para su utilización en su vertiente empresarial y segundo, como parte integrante del plan de marketing, no sólo en su faceta de comunicación, sino entendiendo el diseño cómo un hilo conductor de todo el proceso.

Descriptor de asignatura:

Comunicación y marketing aplicados al diseño de moda y textil. Nuevos medios de comunicación y el sistema de la moda y textil.

Técnicas de análisis de mercado aplicadas al diseño de moda y textil.

Estrategia de marca: extensión de marca.

Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

1.2 Coneixements previs *Conocimientos previos*

Requisits previs, mínims o necessaris per a cursar l'assignatura. Coneixements recomanats i/o relació amb altres assignatures de la mateixa titulació
Requisitos previos, mínimos o necesarios para cursar la asignatura. Conocimientos recomendados y/o relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se exige ningún conocimiento previo para cursar esta asignatura, pero se recomendaría haber cursado y superado previamente las asignaturas de Diseño y Empresa cursada en el primer y Gestión del Diseño de Moda, cursada en el tercer año de la especialidad.

2 Competències de l'assignatura

Competencias de la asignatura

Les competències venen establides en els plans d'estudis publicats en la corresponent orde de 2 de novembre de 2011. Es convenient detallar el grau de contribució de l'assignatura a l'adquisició i desenvolupament de cada competència (molt, prou, un poc, poc)
Las competencias vienen establecidas en los planes de estudios publicados en la correspondiente orden de 2 de noviembre de 2011. Es conveniente detallar el grado de contribución de la asignatura a la adquisición y desarrollo de cada competencia (mucho, bastante, algo, poco)

ORDEN 90/2014, de 26 de diciembre, de la Consellería de Educación, Cultura y Deporte, por la que se establece y autoriza el plan de estudios conducente a la obtención del título Superior de Diseño en la especialidad de Diseño de Moda de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Alcoy. [2014/11900]establece el conjunto de competencias a las que en su consecución contribuye la asignatura:

2.1. Competencias transversales:

CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y comunicación.

CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

2.2. Competencias generales:

CG20 Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde los criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

2.3. Competencias específicas:

CE9 Analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones

CE12 Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial

CE13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda.

3 Resultats d'aprenentatge

Resultados de aprendizaje

RESULTATS D'APRENENTATGE RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETÈNCIES RELACIONADES COMPETENCIAS RELACIONADAS
RA1. Investiga la composición y estructura de un mercado, los factores del entorno que influyen en él, y la evolución futura de dichos factores.	CE12; CE13; CG15; CT4
RA2. Analiza la importancia del comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra.	CE9; CE12; CE13
RA3. Analiza y aplica las distintas estrategias en torno a las 4 p's: precio, producto, promoción y distribución.	CE9; CE13; CG22
RA4. Elabora y comunica de manera clara y concisa las características conceptuales y técnicas de un plan de marketing en un espacio público a través de una presentación.	CG22; CT7; CG20
RA5. Participa y se implica activamente en el desarrollo de la asignatura	CT7

Nota important: Les competències estan expressades en un sentit genèric pel que és necessari incloure en la guia docent els resultats d'aprenentatge. Aquests resultats constitueixen una concreció d'una o diverses competències, fent explícit el grau de domini o acompliment que ha d'adquirir l'alumnat i contenen en la seua formulació el criteri amb el qual van a ser avaluades. Els resultats d'aprenentatge evidencien allò que l'alumnat serà capaç de demostrar en finalitzar l'assignatura o matèria i reflecteixen, així mateix, el grau d'adquisició de la competència o conjunt de competències.

Nota importante: Las competencias están expresadas en un sentido genérico por lo que es necesario incluir en la guía docente los resultados de aprendizaje. Estos resultados constituyen una concreción de una o varias competencias, haciendo explícito el grado de dominio o desempeño que debe adquirir el alumnado y contienen en su formulación el criterio con el que van a ser evaluadas. Los resultados de aprendizaje evidencian aquello que el alumnado será capaz de demostrar al finalizar la asignatura o materia y reflejan, asimismo, el grado de adquisición de la competencia o conjunto de competencias.

4 Continguts de l'assignatura i organització temporal de l'aprenentatge <i>Contenidos de la asignatura y organización temporal del aprendizaje</i>	
Descripció per blocs de contingut, unitats didàctiques, temes,... <i>Descripción por bloques de contenido, unidades didácticas, temas,...</i>	Planificació temporal <i>Planificación temporal</i>
<p>UD 1. Introducció a marketing, e investigació de mercats. El plan de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El concepte de Mercadotecnia. - Motivacions del consumidor, factors i conceptes (Introducció). - La Gestió de la Mercadotecnia. El Plan de Marketing. - Concepte de investigació de mercats. - Procés de investigació de mercats. - Principals tècniques de recollida de informació. - Internet i la investigació de mercats. - La investigació de mercats i els instituts d'opinió. <p>UD 2. El mercat i l'entorn del disseny de moda, el comportament del consumidor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El concepte de mercat. - El entorn de l'empresa. - Segmentació de mercats. - El anàlisi de la demanda. - El comportament del consumidor. - Herramientas para el análisis del mercado y el entorno. - El entorn de disseny de moda / textil. <p>UD 3. Estratègies de marketing: el marketing-mix aplicat al disseny de moda, preu, producte, plaça (localització), i publicitat (comunicació)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La distribució comercial. - El producte. - El preu. - La comunicació. <p>El calendari previst i l'ordre de les puntes de les unitats, poden variar en funció de les característiques del grup. I de esdeveniments no previstos, en el moment de realitzar la aplicació de la programació.</p>	<p>Del 18/09/2024 al 23/10/2024</p> <p>Del 24/10/2024 al 29/11/2024</p> <p>Del 29/11/2024 al 17/01/2025</p>

5 Activitats formatives <i>Actividades formativas</i>			
5.1 Activitats de treball presencials <i>Actividades de trabajo presenciales</i>			
ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge <i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge <i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	Volum treball (en nº hores o ECTS) <i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
Classe presencial <i>Clase presencial</i>	Exposició de continguts per part del professor o en seminaris, anàlisi de competències, explicació i demostració de capacitats, habilitats i coneixements en l'aula. <i>Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.</i>	RA1; RA2; RA3; RA5	45
Classes pràctiques <i>Clases prácticas</i>	Sessions de treball en grup supervisades pel professor. Estudi de casos, projectes, tallers, problemes, estudi de camp, aula d'informàtica, laboratori, visites a exposicions/concerts/representacions/ audicions..., cerca de dades, biblioteques, en Internet, etc. Construcció significativa del coneixement a través de la interacció i activitat de l'alumne. <i>Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/ representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc.</i> <i>Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.</i>	RA4; RA5	25
Exposició treball en grup <i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicació de coneixements interdisciplinaris. <i>Aplicación de conocimientos interdisciplinares.</i>	RA4; RA5	8
Tutoria <i>Tutoría</i>	Atenció personalitzada i en grup reduït. Període d'instrucció i/o orientació realitzat per un tutor/a amb l'objectiu de revisar i discutir els materials i temes presentats en les classes, seminaris, tallers, lectures, realització de treballs, projectes, etc. <i>Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.</i>	RA1; RA2; RA3; RA4; RA5	2
Avaluació <i>Evaluación</i>	Conjunt de proves (audicions, orals i/o escrites) empleades en l'avaluació inicial, formativa o additiva de l'alumne. <i>Conjunto de pruebas (audiciones, orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.</i>	RA1; RA2; RA3; RA4; RA5	10
SUBTOTAL			90
5.2 Activitats de treball autònom <i>Actividades de trabajo autónomo</i>			
ACTIVITATS ACTIVIDADES	Metodologia d'ensenyança-aprenentatge <i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	Relació amb els Resultats d'Aprenentatge <i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	Volum treball (en nº hores o ECTS) <i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
Treball autònom <i>Trabajo autónomo</i>	Estudi de l'alumne/a: preparació i pràctica individual de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	RA1; RA2; RA3; RA4	35
Estudi pràctic <i>Estudio práctico</i>	Preparació en grup de lectures, textos, interpretacions, assajos, resolució de problemes, projectes, seminaris, tallers, treballs, memòries,... per a exposar, interpretar o entregar durant les classes teòriques, classes pràctiques i/o tutories de grup reduït. <i>Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer, interpretar o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.</i>	RA4; RA5	13
Activitats complementàries <i>Actividades complementarias</i>	Preparació i assistència a activitats complementàries com tallers, exposicions, concerts, representacions, congressos, conferències,... <i>Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, exposiciones, conciertos, representaciones, congresos, conferencias,...</i>	RA5	2
SUBTOTAL			60
TOTAL			150

6 Sistema d'avaluació i qualificació

Sistema de evaluación y calificación

6.1 Instruments d'avaluació

Instrumentos de evaluación

Proves escrites (proves objectives, de desenvolupament, mapes conceptuals,...), exposició oral, treballs dirigits, projectes, tallers, estudis de cas, quaderns d'observació, portafolio,...

Pruebas escritas (pruebas objetivas, de desarrollo, mapas conceptuales,...), exposición oral, trabajos dirigidos, proyectos, talleres, estudios de caso, cuadernos de observación, portafolio,...

INSTRUMENT D'AVALUACIÓ INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN	Resultats d'Aprenentatge avaluats Resultados de Aprendizaje evaluados	Percentatge atorgat (%) Porcentaje otorgado (%)
<p>➤ Pruebas prácticas: Este ha de ser entendido como la capacidad del alumno de resolver ejercicios parecidos a los que el estudiante ha realizado durante el proceso de aprendizaje. Unos trabajos seleccionados y analizados con el fin de identificar, expresar y evaluar sus dificultades, destrezas, habilidades y carencias (de principio a fin), demostrando los aprendizajes adquiridos y las competencias desarrolladas. Ha de atender a los conocimientos previos que posee el estudiante sobre las actividades a desarrollar, al propio desarrollo de esas actividades y a una valoración de las mismas, prestando especial atención a la reflexión sobre las aportaciones y las dificultades encontradas.</p>	<p>R 1,2,3,4,5</p> <p>Se valorarán los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Contenido y estructuración: <ul style="list-style-type: none"> -Comprensión y expresión adecuada de los conceptos fundamentales. -Argumentación y estructuración de las respuestas estableciendo relaciones entre los conceptos. -Justificación de las decisiones tomadas en cada fase del plan de marketing y comunicación -Uso adecuado de vocabulario específico. -Capacidad de análisis y de síntesis. -Inclusión de todos los puntos acordados. -Corrección en la estructura de los apartados. • Presentación formal: <ul style="list-style-type: none"> -Claridad expositiva. -Organización, diseño y limpieza. -Expresión adecuada: ortografía, sintaxis y nivel formal del lenguaje utilizado. 	<p>65% +15% con evaluación continua.</p> <p>A nivel de evaluación continua se adjudicará un 15% a la participación y realización de trabajos de clase, y el 65% a la realización de trabajos realizados en el plan de marketing.</p> <p>40% con pérdida de la evaluación continua.</p>
<p>➤ Pruebas teóricas: Las pruebas escritas/orales podrán combinar tanto preguntas "tipo test", "respuestas deductivas", "respuesta corta", y/o trabajos "de desarrollo".</p>	<p>R1,R2,R3,R4</p> <p>Se valorarán los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Dominio de los conocimientos teóricos y su uso adecuado para la resolución de tareas o situaciones prácticas. •Capacidad de análisis, comprensión y expresión adecuada (con particular atención a los errores sintácticos y ortográficos) de los conceptos fundamentales. •Capacidad de argumentación y de estructuración de las ideas, estableciendo relaciones entre las mismas. •Espíritu crítico en la presentación de los contenidos y la utilización del conocimiento teórico para la resolución de tareas o situaciones. 	<p>20% con evaluación continua.</p> <p>60% con pérdida de la evaluación continua.</p>

6.2 Criteris d'avaluació i dates d'entrega

Criterios de evaluación y fechas de entrega

EVALUACIÓN ORDINARIA SIN PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA:

a) Evaluación de contenidos teóricos, 20% de la nota final. Será necesario obtener como mínimo un 4, tanto en los exámenes parciales eliminatorios que se puedan realizar, como en el examen final. Si el alumno con derecho a evaluación continua suspende alguna de las partes en la convocatoria ordinaria, para la convocatoria extraordinaria se le guardaría la nota de la parte aprobada y deberá recuperar únicamente la pendiente o suspendida.

b) Trabajos de desarrollo 65%, para su calificación será necesario respetar la fecha, hora y forma de los mismos. Los plazos de entrega se anunciarán con suficiente antelación, el retraso en el mismo supone la calificación máxima de 5 en el trabajo. Los trabajos de desarrollo se irán indicando a lo largo del semestre, se identificarán respecto a los ejercicios prácticos de cada

unidad. Se valorarán con una rúbrica, o indicaciones que serán explicadas en la misma sesión lectiva en que se presenten los trabajos a los alumnos.

c) Trabajos prácticos o de síntesis 15%, ejercicios y actividades a realizar en las distintas unidades. Para su calificación ordinaria será necesario respetar la fecha, y forma de presentación por escrito de los mismos. Los plazos de entrega se anunciarán con suficiente antelación. El retraso en los mismos supone la calificación máxima de 5 en dichos trabajos.

Como norma general, en todos los criterios de evaluación, cada 24h en el retraso en las entregas se penalizará con un descuento de un punto sobre la nota obtenida, con una nota máxima de 5. (Ejem. Con una puntuación de 8 en un trabajo y cuatro días de retraso, la calificación se establecerá en $8-4=4$)

Los criterios de evaluación, de los trabajos de desarrollo, estarán a disposición de los alumnos en la plataforma Aules. En los trabajos en clase, se explicarán en las mismas sesiones lectivas dónde se realicen, o se informe de su realización.

EVALUACIÓN ORDINARIA CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Los alumnos con faltas no justificadas en un porcentaje igual o superior a un 20% del total de las horas de clases asignadas a la asignatura, perderán el derecho a la evaluación continua.

Dicha pérdida tiene como consecuencia la pérdida del derecho a presentarse al examen parcial en la evaluación ordinaria. Por lo cual, su calificación final será en base a un examen final escrito, que incorporará todos los contenidos trabajados en el aula.

a) Evaluación de contenidos teóricos, 60% de la nota final. Será necesario obtener como mínimo un 5 en el examen final.

b) Trabajos de desarrollo 30% y actividades 10%, para su calificación será necesario respetar la fecha, hora y forma de los mismos. Los plazos de entrega se anunciarán con suficiente antelación. El retraso en los mismos supone la calificación máxima de 5 en los trabajos recibidos fuera de la fecha de entrega. Los trabajos de desarrollo se irán indicando a lo largo del semestre, se identificarán respecto a los ejercicios prácticos de cada unidad. Será necesario obtener como mínimo un 5 tanto en el trabajo de desarrollo del plan de marketing, como en la nota media de las actividades para aprobar la evaluación.

La media ponderada de los apartados a) y b) anteriores debe alcanzar un 5 como mínimo, para poder aprobar la asignatura.

El alumno deberá contactar con el profesor para conocer los plazos de entrega de los trabajos y la fecha de realización de la prueba escrita.

En cualquier caso, el tema de las faltas de asistencia se ajustará a los criterios que establezca el Consejo de Dirección del ISEACV para el conjunto del Título de Grado en Diseño.

Los resultados obtenidos por el alumno en la asignatura se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal:

- 0-4,9: Suspenso (SS).
- 5,0-6,9: Aprobado (AP).
- 7,0-8,9: Notable (NT).
- 9,0-10: Sobresaliente (SB).

La mención de «Matrícula de Honor» (MH) podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Con una limitación del 5% del alumnado matriculado.

Los trabajos que, total o parcialmente sean plagio de otros, no serán evaluados. Puntuándose con una calificación de 0.

La falta de más de un 50% de los trabajos, o el envío insuficiente de instrumentos de evaluación durante el transcurso del periodo académico, se calificará con un máximo de 4 en la evaluación final.

El «No presentado/a» consume convocatoria (RESOLUCIÓN de 31 de julio de 2024, de la dirección del Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunitat Valenciana, por la que se dictan instrucciones para el curso 2024-2025 en los centros que imparten enseñanzas artísticas superiores Apdo. Séptimo-A-5)

Conforme al artículo 81 del Decreto 117/2022, de 5 de agosto, del Consell (ROF), la matrícula en cualquier asignatura está limitada a cuatro convocatorias. Cada matrícula comporta dos convocatorias de evaluación, primera y segunda, excepto para los casos en los que ya se hayan consumido previamente tres convocatorias, en cuyo caso tendrán derecho únicamente a la primera convocatoria.

El alumnado que haya consumido cuatro convocatorias en alguna de las asignaturas podrá solicitar convocatoria extraordinaria durante los meses de julio y septiembre del curso inmediatamente posterior al que se haya producido la situación. No podrá solicitarse convocatoria extraordinaria para asignaturas optativas.

COORDINACIÓN ENTRE ASIGNATURAS: Con el fin de conseguir una mejora en la enseñanza, se realizará una coordinación entre distintas asignaturas, por lo que podrán establecerse modificaciones en la secuenciación de la asignatura y consecuentemente en los instrumentos y criterios de evaluación.

6.3 Sistemas de recuperació

Sistemas de recuperación

Per a l'alumnat que ha suspès o no ha seguit el desenvolupament normal de les classes – criteris i dates d'entrega)

Para el alumnado que ha suspendido o no ha seguido el desarrollo normal de las clases – criterios y fechas de entrega)

La evaluación se realizará teniendo en cuenta los siguientes valores:

a) Prueba teórica (única): 60% de la nota, se incluirán todos los contenidos estudiados en el periodo lectivo. Nota mínima 5 para poder realizar media con el resto de los instrumentos de evaluación.

b) Elaboración de los trabajos de desarrollo, los alumnos se pondrán en comunicación con el profesor para obtener el listado y las características solicitadas en los mismo: 30% de la nota. En ningún supuesto se admitirán los trabajos entregados fuera de plazo. Por lo cual, no se calificarán y su nota en la ponderación será de 0. Mínimo 5 en la nota ponderada de estos trabajos, para aprobar la asignatura.

c) Trabajos y actividades de clase del periodo lectivo, 10% de la nota. Mínimo 5 en la media ponderada de estos trabajos, para aprobar la asignatura.

Se tiene que obtener un 5 como mínimo en los tres instrumentos de evaluación: en el examen, en los trabajos, y en las actividades para poder hacer media y aprobar la asignatura. Los trabajos deben realizarse de manera individual. Deben presentarse siempre con anterioridad a realizar la prueba teórica, y con la fecha límite informada por el profesor.

Los trabajos que total o parcialmente sean plagio de otros no serán evaluados.

El alumno deberá contactar con el profesor para conocer los plazos de entrega de los trabajos y la fecha de realización de la prueba escrita.

7 Bibliografía

Bibliografia

Bibliografía básica

- SANTESMASES MESTRE, MIGUEL, Fundamentos de marketing. Ed. Piramite. Madrid. 2018.
- POSNER, HARRIET. Marketing de moda. Ed. Gustavo Gili S.L. Madrid. 2016.
- Armstrong, G., P. Kotler y otros (2011), Introducción al Marketing, 3ª Edición, Pearson, Madrid
- Principios de Marketing, 12/e. Philip Kotler y Gary Armstrong, Pearson Prentice Hall, 2008.
- Santesmases, M. (2012): Marketing. Conceptos y Estrategias. 6ª Edición revisada. Pirámide, Madrid
- Sainz de Vicuña, J.M. (2011): El Plan de marketing en la práctica. 15º Edición. ESIC, Madrid.
- Montero, M.J.; Araque, R.A.; Gutiérrez, B. (2006): Fundamentos de Marketing. Ejercicios y soluciones. McGraw-Hill, Madrid.

Bibliografía complementaria

- Asociación Americana de Marketing (AMA)
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional

Sobre la información formativa de uso, restringida al ámbito docente. Propiedad Intelectual:

- Queda prohibida la grabación, y por tanto la difusión, distribución o divulgación de las clases, así como de cualquier material facilitado por el docente (apuntes, videos, artículos...), estando reservados al ámbito académico, quedando prohibido difundirlo fuera de este entorno o con cualquier otra finalidad.
- Los archivos compartidos entre docente y alumnado y viceversa, en cualquier plataforma digital, etc. están reservados al ámbito académico de profesorado y/o alumnado de la EASD Alcoi, por lo que está prohibido difundirlo fuera de este entorno.
- La infracción de estas prohibiciones puede generar responsabilidad disciplinaria, administrativa o civil.