Universidad Politécnica de Cartagena | Campus de Excelencia Internacional

Guía docente

MARKETING SOCIAL

Curso 2020-21

MASTER UNIVERSITARIO EN TÉCNICAS DE AYUDA A LA DECISIÓN

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA DEFENSA

Universidad Politécnica de Cartagena

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	1/12

1. Descripción general

Nombre	MARKETING SOCIAL
Código	243101026
Carácter	Optativa
ECTS	3
Unidad temporal	Cuatrimestral
Unidad temporal	Curso 1º - Primer cuatrimestre
Menciones / especialidades	
Idioma en la que se imparte	Castellano
Modalidad de impartición	Semipresencial

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	2/12

2. Datos del profesorado

Nombre y apellidos	DE NIEVES NIETO, MARÍA DEL CARMEN
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Departamento	Economía de la Empresa
Teléfono	
Correo electrónico	carmen.denieves@upct.es
Horario de atención y ubicación durante las tutorías	Martes de 12:45 a 14:30
Titulación	Doctora en Economía
Categoría profesional	PROFESORA COLABORADOR-F
Nº de quinquenios	3
Nº de sexenios	0
Currículum vitae	https://personas.upct.es/perfil/carmen.denieves
Responsable de los grupos	G1

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	3/12

3. Competencias y resultados del aprendizaje

3.1. Competencias básicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

[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.

3.2. Competencias generales del plan de estudios asociadas a la asignatura

[CG1]. Ser capaz de asumir la toma de decisiones eficiente en Organizaciones civiles y de Defensa y Seguridad, basándose en criterios científicos y herramientas metodológicas integradas procedentes de los ámbitos de la Estadística, Investigación Operativa y Sociología

3.3. Competencias específicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

[CE10]. Capacidad para el análisis y gestión estratégica en las organizaciones y sus áreas funcionales

[CE6]. Capacidad para desarrollar el proceso de investigación social, sus métodos, técnicas e innovaciones en el marco de la sociedad de la información y del conocimiento

[CE7]. Capacidad de análisis estructural y procesual de los distintos fenómenos psicosociales y diseño de propuestas de intervención

Competencias específicas de la asignatura (para aquellas asignaturas optativas que las tengan)

3.4. Competencias transversales del plan de estudios asociadas a la asignatura

[CT1]. Comunicarse oralmente y por escrito de manera eficaz

3.5. Resultados del aprendizaje de la asignatura

Al terminar con éxito esta asignatura, los estudiantes serán capaces de:
Conocer que es el Marketing Social y enumerar los principales hitos históricos de la evolución del mismo.
Identificar los Agentes participantes en los proyectos de Marketing Social.
Conocer cómo debe desarrollarse la investigación y un proyecto en Marketing Social.

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	4/12

4. Contenidos

4.1 Contenidos del plan de estudios asociados a la asignatura

EL MARKETING SOCIAL. EVOLUCIÓN Y CONCEPTO.
AGENTES EN MARKETING SOCIAL.
LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MARKETING SOCIAL.
DESARROLLO DE PROYECTOS DE MARKETING SOCIAL.

4.2. Programa de teoría

Unidades didácticas y temas
Unidad didáctica 1- El marketing Social. Evolución y Conceptos Tema 1. El marketing Social. Evolución y Conceptos
Unidad didáctica 2- La organización y los agentes sociales Tema 2. La organización y los agentes Sociales
Unidad didáctica 3- La investigación de mercados en marketing social Tema 3. La investigación de mercados en marketing social
Unidad didáctica 4- Desarrollo de proyectos de Marketing Social Tema 4. Desarrollo de proyectos de Marketing Social

4.3. Programa de prácticas

Nombre y descripción
Práctica tema 1 Se realizan distintas actividades: preguntas tipo test y/o ejercicios teórico prácticos, además de la aplicación a una organización social sobre el concepto de Marketing social y su evolución
Práctica tema 2 Se realizan distintas actividades: preguntas tipo test y/o ejercicios teórico prácticos, además de la aplicación a una organización social sobre los agentes que intervienen en un proceso de Marketing Social
Práctica tema 3 Se realizan distintas actividades: preguntas tipo test y/o ejercicios teórico prácticos, además de la aplicación a una organización social de la investigación de mercados en Marketing social

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	5/12

4.3. Programa de prácticas

Nombre y descripción

Práctica tema 4

Se realizan distintas actividades: preguntas tipo test y ejercicios teórico prácticos, además de la aplicación a una organización social de desarrollo de proyectos reales de Marketing social

Observaciones

Las prácticas han de realizarse individualmente por cada alumno y enviar al profesor en las fechas establecidas a comienzo del curso. En ellas, identificará una aplicación de actividades de marketing social en organizaciones reales, relacionando así los aspectos teóricos con la vida real de una organización.

Prevencion de riesgos

La Universidad Politécnica de Cartagena considera como uno de sus principios básicos y objetivos fundamentales la promoción de la mejora continua de las condiciones de trabajo y estudio de toda la Comunidad Universitaria. Este compromiso con la prevención y las responsabilidades que se derivan atañe a todos los niveles que integran la Universidad: órganos de gobierno, equipo de dirección, personal docente e investigador, personal de administración y servicios y estudiantes. El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la UPCT ha elaborado un "Manual de acogida al estudiante en materia de prevención de riesgos" que puedes encontrar en el Aula Virtual, y en el que encontraras instrucciones y recomendaciones acerca de cómo actuar de forma correcta, desde el punto de vista de la prevención (seguridad, ergonomía, etc.), cuando desarrolles cualquier tipo de actividad en la Universidad. También encontrarás recomendaciones sobre cómo proceder en caso de emergencia o que se produzca algún incidente. En especial, cuando realices prácticas docentes en laboratorios, talleres o trabajo de campo, debes seguir todas las instrucciones del profesorado, que es la persona responsable de tu seguridad y salud durante su realización. Consúltale todas las dudas que te surjan y no pongas en riesgo tu seguridad ni la de tus compañeros.

4.4. Programa de teoría en inglés

Unidades didácticas y temas

Unit 1.

Chapter 1. Social Marketing. Concept and evolution

Unit 2

Chapter 2. Organization and Social Agents

Unit 3

Chapter 3. Market investigation in Social Marketing

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	6/12

4.4. Programa de teoría en inglés

Unidades didácticas y temas

Unit 4

Chapter 4. Social Marketing Project development

4.5. Observaciones

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	7/12

5. Actividades formativas

Denominación	Descripción	Horas	Presencialidad %
Realización de pruebas escritas	Realización de una prueba individual escrita	3	100
Lecturas (con comentarios, preguntas o discusión)	Se deberán realizar las lecturas recomendadas para seguir la asignatura	3	50
Tutorías no presenciales	Se habilitan espacios temporales para realizar tutorías no presenciales que permitan resolver dudas sobre teoría, ejercicios y prácticas	7	0
Discusiones	Tras la lectura o análisis de materiales propuestos, se propondrán sugerencias de debate a través de preguntas o situaciones con objeto de mejorar la comprensión de los conceptos planteados en la asignatura	12	0
Aprendizaje basado en problemas o proyectos	Se presenta a los estudiantes un problema o proyecto que debe analizarse y proponer soluciones o mejoras	12	0
Estudio de casos	Proponer al estudiante casos que representen situaciones problemáticas o diversas situaciones que analicen y estudien la situación para entrenar al alumno en la generación de soluciones	3	50
Actividades de Trabajo Individual (estudio, preparación de trabajos e informes, etc.)	Planteamiento, dirección y tutela del trabajo individual como técnica de evaluación del aprendizaje y seguimiento del grado de asimilación de contenidos	12	0
Análisis de datos	Propuesta de situaciones cuya resolución supone acudir a técnicas de análisis de datos para poner en práctica la actividad futura e interpretar y valorar estudios	3	0

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	8/12

Denominación	Descripción	Horas	Presencialidad %
Realización de actividades de evaluación formativas y sumativas	Cuestionarios tipo test de respuesta breve o teórico práctica que se corregirán por el profesor como técnica de evaluación del aprendizaje y seguimiento del grado de asimilación de los contenidos a lo largo del curso	10	0
Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual/grupal (foros, etc.)	Utilización de las herramientas de comunicación síncrona (videoconferencias, etc.) y asíncrona (correo, etc.) para interactuar con alumnos	10	0

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	9/12

6. Sistema de evaluación

6.1. Sistema de evaluación continua		
Denominación	**Descripción y criterios de evaluación**	**Ponderación %**
Trabajo Individual	Se evalúan las ejecuciones y el trabajo individual del alumno	40 %
Actividades de Evaluación Continua	Se evalúa la participación en las sesiones, la contribución a temas de debate, la presentación de los trabajos propuestos, la capacidad de innovación y evaluación crítica	10 %
Realización de una prueba escrita con contenidos teórico-prácticos	Se evalúan los conocimientos teóricos, la capacidad de aplicar conocimientos a la práctica y la capacidad de análisis	50 %

6.2. Sistema de evaluación final		
Denominación	**Descripción y criterios de evaluación**	**Ponderación %**
Trabajo Individual	Se evalúan las ejecuciones y el trabajo individual del alumno	40 %
Actividades de Evaluación Continua	Se evalúa la participación en las sesiones, la contribución a temas de debate, la presentación de los trabajos propuestos, la capacidad de innovación y evaluación crítica	10 %
Realización de una prueba escrita con contenidos teórico-prácticos	Se realizará una prueba escrita, tipo testo, en el que se evalúan los conocimientos teóricos, la capacidad de aplicar conocimientos a la práctica y la capacidad de análisis	50 %

6.3. Evaluación formativa
Descripción

Información

Tal como prevé el artículo 5.4 del Reglamento de las pruebas de evaluación de los

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	10/12

títulos oficiales de grado y de máster con atribuciones profesionales de la UPCT, el estudiante en el que se den las circunstancias especiales recogidas en el Reglamento, y previa solicitud justificada al Departamento y admitida por este, tendrá derecho a una prueba global de evaluación. Esto no le exime de realizar los trabajos obligatorios que estén recogidos en la guía docente de la asignatura.

Observaciones

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	11/12

7. Bibliografía y recursos

7.1. Bibliografía básica

Rabassa Asenjo, Bernardo Marketing social. Pirámide. 2000. 8436813472

Santesmases Mestre, Miguel Marketing conceptos y estrategias. Pirámide. 2012. 9788436826135

Malhotra, Naresh K. Investigación de mercados.: Un enfoque práctico. Prentice-Hall Hispanoamericana. 1997. 968880844

Armstrong, Gary Introducción al marketing. Prentice-Hall. 2011. 9788483226766

Alonso Vázquez, Marisol. Marketing social corporativo. eumed.net,. 2006. 9788468962696

Luis Alfonso Pérez Romero Marketing Social. Teoría y práctica. Pearson Prentice Hall. 2004. 970-26-0541-5

Antonio Leal-Jiménez Gestión de Marketing Social. McGraw Hill. 2000. 9788448128401

7.2. Bibliografía complementaria

Kotler, Philip Fundamentos de marketing. Pearson Education. 2017. 9786073238458

Lefebvre, R. Craig Social marketing and social change. Jossey-Bass,. 2013. 9781118221501

Kubacki, Krzysztof,, Rundle-Thiele, Sharyn, Contemporary issues in social marketing /. 9781443864220

Galera et al el marketing en la practica de las ONG. revista investigación y marketing n 77. 2000.

José María López Bueno Marketing Militar. . IEEE . Documentos de opinión del IEEE nº 6/2010. 2010.

Cubillo, J.M et al Estrategias de marketing sectorial. ESIC editorial. 2014. 9788473569927

7.3. Recursos en red y otros recursos

Apuntes de la asignatura en Aula Virutal

CSV:	GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Fecha:	21/10/2020 13:18:05
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.		
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E		
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/GZe6UqrGGxs2FXwONovGhkEUM	Página:	12/12