

## PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2025/2026

| Identificación y características de la asignatura                                                                                                                                                                                                                         |                                                       |          |   |                                                    |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------|---|----------------------------------------------------|----|
| Código                                                                                                                                                                                                                                                                    | 500034                                                |          |   |                                                    |    |
| Denominación (español)                                                                                                                                                                                                                                                    | DIRECCIÓN COMERCIAL II                                |          |   |                                                    |    |
| Denominación (inglés)                                                                                                                                                                                                                                                     | MARKETING MANAGEMENT II                               |          |   |                                                    |    |
| Titulaciones                                                                                                                                                                                                                                                              | GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (ADE) |          |   |                                                    |    |
| Centro                                                                                                                                                                                                                                                                    | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES       |          |   |                                                    |    |
| Módulo                                                                                                                                                                                                                                                                    | OPTATIVO                                              |          |   |                                                    |    |
| Materia                                                                                                                                                                                                                                                                   | DIRECCIÓN DE EMPRESAS                                 |          |   |                                                    |    |
| Carácter                                                                                                                                                                                                                                                                  | OPTATIVA                                              | ECTS     | 6 | Semestre                                           | 7º |
| Profesorado                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                       |          |   |                                                    |    |
| Nombre                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                       | Despacho |   | Correo-e                                           |    |
| M. Mercedes GALÁN LADERO                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                       | 49       |   | <a href="mailto:mgalan@unex.es">mgalan@unex.es</a> |    |
| Área de conocimiento                                                                                                                                                                                                                                                      | ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS                              |          |   |                                                    |    |
| Departamento                                                                                                                                                                                                                                                              | DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y SOCIOLOGÍA                    |          |   |                                                    |    |
| Profesor/a coordinador/a<br>(si hay más de uno)                                                                                                                                                                                                                           |                                                       |          |   |                                                    |    |
| Competencias / Resultados de aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                  |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.                              |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.                                                                                                                             |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.                                                                                                            |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CG1: Capacidad para identificar y anticipar problemas empresariales relevantes, en el ámbito privado y/o en el público                                                                                                                                                    |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CG2: Capacidad para aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad empresarial.                                                                                                                                                  |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CG3: Capacidad para aplicar al análisis de los problemas empresariales criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos                                                                                                                              |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CG4: Capacidad para el diseño, gestión y redacción de proyectos de carácter empresarial y para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la empresa.                                                                                                |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CG5: Capacidad para integrarse en la gestión empresarial                                                                                                                                                                                                                  |                                                       |          |   |                                                    |    |
| CT1: Capacidad de gestión, análisis y síntesis                                                                                                                                                                                                                            |                                                       |          |   |                                                    |    |

|                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CT3: Comunicación oral y escrita en la lengua nativa                                                                                                     |
| CT5: Conocimientos de informática y dominio de las TIC relativos al ámbito de estudio                                                                    |
| CT6: Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas                                                                        |
| CT7: Capacidad para la resolución de problemas                                                                                                           |
| CT8: Capacidad de tomar decisiones                                                                                                                       |
| CT9: Capacidad para trabajar en equipo                                                                                                                   |
| CT10: Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar                                                                                                  |
| CT11: Trabajo en un contexto internacional                                                                                                               |
| CT12: Habilidad en las relaciones personales                                                                                                             |
| CT13: Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales                                                                                     |
| CT14: Capacidad crítica y autocrítica                                                                                                                    |
| CT15: Compromiso ético en el trabajo                                                                                                                     |
| CT16: Trabajar en entornos de presión                                                                                                                    |
| CT17: Capacidad de aprendizaje autónomo                                                                                                                  |
| CT18: Capacidad de adaptación a nuevas situaciones                                                                                                       |
| CT19: Creatividad                                                                                                                                        |
| CT20: Liderazgo                                                                                                                                          |
| CT21: Iniciativa y espíritu emprendedor                                                                                                                  |
| CT22: Motivación y compromiso por la calidad                                                                                                             |
| CT23: Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales                                                                                               |
| CDE1: Conocer y comprender la importancia del proceso de toma de decisiones y la incidencia en el mismo y en sus resultados de la información relevante. |
| CDE2: Identificar y emplear herramientas y software apropiados en la resolución de problemas económicos y de la empresa.                                 |
| CDE7: Conocer, clasificar e interpretar las relaciones entre los sujetos interesados en la empresa.                                                      |
| CDE8: Conocer y utilizar en inglés el lenguaje específico de la economía y la empresa.                                                                   |

### Contenidos

Esta asignatura estudia la Dirección de Marketing, profundizando en conceptos explicados de manera básica en Dirección Comercial I. Partiendo de la planificación estratégica de la organización, se centra en la planificación comercial y, en concreto, en el plan de marketing.

A continuación, se analiza el proceso de dirección estratégica de marketing (análisis del sistema comercial), integrándolo en la planificación de marketing.

Posteriormente, se analizan las decisiones estratégicas de marketing (de producto, precio, distribución y comunicación), integrándolas también en la planificación de marketing.

Por último, se estudian otras aplicaciones de marketing, destacando las tendencias actuales (marketing de productos de gran consumo, marketing de productos ecológicos, marketing industrial, marketing de servicios, marketing de organizaciones no lucrativas y marketing internacional).

### Temario

### **Denominación del tema 1: EL PLAN DE MARKETING**

#### **Contenidos del tema 1:**

- 1.1. Introducción. La planificación estratégica.
- 1.2. La planificación comercial.
- 1.3. El plan de marketing.

#### **Descripción de las actividades prácticas del tema 1:**

Caso práctico.

### **Denominación del tema 2: EL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING – ANÁLISIS DEL SISTEMA COMERCIAL**

#### **Contenidos del tema 2:**

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Análisis del entorno.
- 2.3. Sistema de Información de Marketing.
- 2.4. Medición de la demanda de mercado.
- 2.5. Análisis del mercado.
- 2.6. La segmentación.
- 2.7. Análisis del comportamiento del consumidor.
- 2.8. Análisis de la competencia.

#### **Descripción de las actividades prácticas del tema 2:**

Casos prácticos.

### **Denominación del tema 3: DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING**

#### **Contenidos del tema 3:**

- 3.1. Decisiones de producto.
- 3.2. Decisiones de precio.
- 3.3. Decisiones de distribución.
- 3.4. Decisiones de comunicación.

#### **Descripción de las actividades prácticas del tema 3:**

Casos prácticos.

### **Denominación del tema 4: APLICACIONES DE MARKETING. TENDENCIAS ACTUALES**

#### **Contenidos del tema 4:**

- 4.1. Marketing de productos de gran consumo.
- 4.2. Marketing de productos ecológicos.
- 4.3. Marketing industrial.
- 4.4. Marketing de servicios.
- 4.5. Marketing de Organizaciones No Lucrativas.
- 4.6. Marketing Internacional.

#### **Descripción de las actividades prácticas del tema 4:**

| Caso práctico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------------------|-----------------------|---|---|---|--------------------------|---------------|
| <b>Actividades formativas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| Horas de trabajo del alumno/a por tema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       | Horas Gran grupo | Actividades prácticas |   |   |   | Actividad de seguimiento | No presencial |
| Tema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Total | GG               | CH                    | L | O | S | TP                       | EP            |
| 1. Teoría                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 7,5   | 3                |                       |   |   |   |                          | 4,5           |
| 1. Práctica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 5     | 2                |                       |   |   |   |                          | 3             |
| 2. Teoría                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 30,5  | 12               |                       |   |   |   |                          | 18,5          |
| 2. Práctica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 16    | 6                |                       |   |   |   |                          | 10            |
| 3. Teoría                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 30,5  | 12               |                       |   |   |   |                          | 18,5          |
| 3. Práctica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 16    | 6                |                       |   |   |   |                          | 10            |
| 4. Teoría                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 27,5  | 11               |                       |   |   |   |                          | 16,5          |
| 4. Práctica                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 15    | 6                |                       |   |   |   |                          | 9             |
| <b>Evaluación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2     | 2                |                       |   |   |   |                          |               |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 150   | 60               |                       |   |   |   |                          | 90            |
| GG: Grupo Grande (85 estudiantes).<br>CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)<br>L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes)<br>O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)<br>S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).<br>TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).<br>EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| <b>Metodologías docentes</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| <p>1. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor.</p> <p>2. Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.</p> <p>3. Estudio de casos, proyectos y experimentos. Análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.</p> <p>5. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.</p> |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| El alumno adquirirá una especialización que le permitirá desarrollar una carrera profesional futura con autonomía y capacidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |
| <b>Sistemas de evaluación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |       |                  |                       |   |   |   |                          |               |

## **Sistema de evaluación continua**

La evaluación de esta asignatura optativa se realizará mediante:

- El examen escrito, a realizar al final del cuatrimestre (50% de la nota final), consistirá en un cuestionario de preguntas (cortas y/o tipo test\*) sobre la materia explicada.

Deberá superarse este examen para poder incorporar las puntuaciones del trabajo práctico y de la asistencia y participación en clase a la calificación final (realizar y superar el examen escrito es indispensable, aunque no suficiente, para aprobar la asignatura).

Este examen será recuperable en la convocatoria oficial ordinaria de enero y en la convocatoria extraordinaria de junio o julio.

*\* Las preguntas tipo test no contestadas (dejadas en blanco), no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*Las preguntas tipo test mal contestadas puntuarán negativamente (podrán restar hasta un 50% del valor asignado a la pregunta).*

*Las preguntas cortas sólo puntuarán si están completas y han sido contestadas y justificadas correctamente.*

*Las preguntas cortas dejadas en blanco o mal contestadas, no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*La puntuación de las preguntas del examen (tanto de las preguntas tipo test, como de las preguntas cortas) variará en función de la dificultad de las mismas. Dicha puntuación será puesta en conocimiento del alumnado en el momento del examen.*

- La realización y presentación (por escrito y oralmente), en los plazos fijados, de un trabajo práctico (plan de marketing o similar) - 30% de la calificación final. Este trabajo puede hacerse en grupo (hasta 3 personas). Las fechas de las exposiciones se decidirán en función de los grupos formados y se comunicarán previamente en clase.

La nota de este trabajo, que se realizará a lo largo del cuatrimestre, se mantendrá en todas las convocatorias del presente curso académico (no será recuperable).

No obstante, si la calificación del trabajo fuera "suspense", los alumnos afectados podrán hacer un examen alternativo de carácter práctico, con preguntas de desarrollo\*\*, en las convocatorias oficiales de ese curso académico (convocatoria ordinaria de enero y convocatoria extraordinaria de junio o julio). Deberá ser aprobado este examen para que la nota se incorpore a la calificación final de la asignatura (y, en este caso, supondrá también el 30% de la calificación final).

*\*\* Las preguntas de desarrollo dejadas en blanco o mal contestadas, no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*La puntuación de las preguntas del examen variará en función de la dificultad de las mismas. Dicha puntuación será puesta en conocimiento del alumnado en el momento del examen.*

- La asistencia y participación activa en clase será obligatoria en esta modalidad\*\*\* y supondrá el 20% de la calificación final. No será recuperable.

*\*\*\* El porcentaje mínimo de asistencia a clase para esta modalidad (sistema de evaluación continua) será del 80% del total de clases oficiales establecidas para la asignatura en el cuatrimestre.*

*Todos los días de clase se realizará un control de asistencia (mediante control de firmas o similar, dirigido por la profesora).*

*Se exigirá puntualidad (salvo casos debidamente justificados y que cuenten con el VºBº de la profesora).*

No obstante, si algún alumno desea mejorar su calificación final de la asignatura, podrá presentarse a la prueba final o global de la asignatura de la convocatoria correspondiente, siendo esta nota la que figurará en el acta de la asignatura.

### **Sistema de evaluación no continua o con una única prueba final de carácter global**

Aquellos alumnos que deseen acogerse voluntariamente al sistema de evaluación con una única prueba final de carácter global deberán comunicarlo a la profesora, cumplimentando el espacio específico creado en el campus virtual de la asignatura, durante el primer cuarto del primer semestre (art. 4 apartado 3 y 5 de la Normativa de Evaluación)\*\*\*\*.

Los alumnos realizarán una prueba final de carácter global, de tipo test, preguntas cortas y/o prueba de desarrollo\*\*\*\*\*, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y las habilidades adquiridas, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario. La superación de esta prueba final de carácter global supone la superación de la asignatura.

*\*\*\*\*\* Las preguntas tipo test no contestadas (dejadas en blanco), no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*Las preguntas tipo test mal contestadas puntuarán negativamente (podrán restar hasta un 50% del valor asignado a la pregunta).*

*Las preguntas cortas sólo puntuarán si están completas y han sido contestadas y justificadas correctamente.*

*Las preguntas cortas dejadas en blanco o mal contestadas, no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*Las preguntas de desarrollo dejadas en blanco o mal contestadas, no puntuarán (es decir, no sumarán ni restarán).*

*La puntuación de las preguntas del examen (tanto de las preguntas tipo test, como de las preguntas cortas y/o preguntas de desarrollo) variará en función de la dificultad de las mismas. Dicha puntuación será puesta en conocimiento del alumnado en el momento del examen.*

**Nota:** En caso de no comunicar el sistema de evaluación al que se acoge el/la alumno/a en el plazo establecido, se considerará que opta por el sistema de evaluación continua (según establece la normativa).

**Nota (para todos los alumnos de la asignatura, independientemente del sistema de evaluación elegido):**

Según el artículo 8 (apartado 6) de la normativa de evaluación para las titulaciones oficiales de la Universidad de Extremadura, *"la realización fraudulenta de cualquier prueba de evaluación implicará la calificación de Suspenso, con la nota "0", en la convocatoria correspondiente, con independencia de que el profesor pueda solicitar la apertura de un expediente informativo / disciplinario ante el Rector de la Universidad de Extremadura"*.

Es indispensable llevar al examen: el DNI, un bolígrafo azul y un lápiz del nº 2.

**Observaciones:**

Los exámenes, trabajos y ejercicios de la asignatura deberán estar redactados en español (castellano), según las normas de ortografía de la Real Academia Española (RAE – [www.rae.es](http://www.rae.es)). Deberá utilizarse un lenguaje formal.

Se admitirá hasta un máximo de 5 faltas de ortografía en cada escrito (incluidas también las de acentuación, gramaticales y/o de puntuación).

Debe cuidarse siempre la presentación de los escritos (limpios – sin manchas, sin tachones, etc.), con sus márgenes y párrafos, con un tipo de letra legible, ... Los trabajos y ejercicios deberán entregarse escritos a ordenador (salvo que la profesora autorice expresamente otra forma).

No está permitido el uso de ningún dispositivo electrónico en clase ni en los exámenes, salvo autorización expresa de la profesora.

**Bibliografía (básica y complementaria)**

**MANUALES DE LA ASIGNATURA (BIBLIOGRAFÍA BÁSICA):**

· CHAMORRO MERA, ANTONIO (coord.) (2005): *Aplicaciones de Marketing*. Edit. Abecedario. Badajoz.

[Para el tema 4]

· KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE (2016): *Dirección de Marketing*. 15ª edición. México: Pearson.

[Para todos los temas]

· KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE (2014): *Dirección de Marketing*. 14ª edición. México: Pearson.

[Para todos los temas]

· SANTESMASES MESTRE, MIGUEL (2012). *Marketing, Conceptos y Estrategias*. 6ª edición. Pirámide. Madrid.

[Para todos los temas]

- SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ M<sup>a</sup> (2022): *El plan de marketing en la práctica*. 24<sup>a</sup> edición. Esic. Madrid.

[Para el trabajo de la asignatura]

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- AGUIRRE GARCÍA, M<sup>a</sup> SOLEDAD (coord.) (2000): *Marketing en Sectores Específicos*. Pirámide, Madrid.
- ALONSO RIVAS, JAVIER (2001): *Comportamiento del consumidor*. 4<sup>a</sup> edición. Esic. Madrid.
- ALONSO RIVAS, JAVIER; GRANDE ESTEBAN, ILDEFONSO (2004): *Comportamiento del Consumidor*. 5<sup>a</sup> edición (revisada y actualizada). Esic. Madrid.
- BAKER, MICHAEL J. (2006): *Marketing. An Introductory Text*. 7th edition. Westburn Publishers Ltd. UK.
- BARRANCO SÁIZ, FRANCISCO JAVIER (2005): *Marketing Social Corporativo. La acción social de la empresa*. Pirámide – Esic. Madrid.
- BUENO, E. (2005): *Curso Básico de Economía de la Empresa*. 4<sup>a</sup> edición. Pirámide. Madrid.
- CHAMORRO MERA, ANTONIO; RUBIO LACOB, SERGIO (2012): *Empresas y Empresarios Extremeños: Experiencias de Éxito*. Fundación de Caja Extremadura. Cáceres.
- DIBB, SALLY; SIMKIN, LYNDON; PRIDE, WILLIAM M.; FERRELL, O.C. (2006): *Marketing. Concepts and Strategies*. 5th European Edition. Houghton Mifflin. USA.
- DOYLE, PETER; STERN, PHILLIP (2006): *Marketing Management and Strategy*. Prentice Hall. 4th edition. UK.
- DUBOIS, B. Y ROVIRA, A. (1998): *Comportamiento del consumidor*. 2<sup>a</sup> edición. Prentice-Hall. Madrid.
- ESTEBAN TALAYA, ÁGUEDA (2006): *Principios de Marketing*. 2<sup>a</sup> edición. ESIC. Madrid.
- FERRELL, O.C.; HARTLINE, MICHAEL D. (2006): *Estrategia de Marketing*. 3<sup>a</sup> edición. Thomson. México.
- FERRELL, O.C.; HARTLINE, MICHAEL D.; LUCAS, GEORGE H. (2002): *Estrategia de Marketing*. 2<sup>a</sup> edición. Thomson. México.
- FRAJ, ELENA; MARTÍNEZ SALINAS, EVA (2002): *Comportamiento del Consumidor Ecológico*. Esic. Madrid.
- GARMENDIA AGIRRE, FERMÍN; SERNA PELÁEZ, JOHN R. (2007): *El Nuevo sistema de información de marketing*. ESIC. Madrid.
- GONZÁLEZ VÁZQUEZ, ENCARNACIÓN; ALÉN GONZÁLEZ, ELISA (2005): *Casos de Dirección de Marketing*. Pearson Prentice-Hall. Madrid.
- GRANDE ESTEBAN, ILDEFONSO (2005): *Marketing de los Servicios*. 4<sup>a</sup> edición. ESIC. Madrid.
- GUARDIA MASSÓ, RAMÓN (1998): *El beneficio de compartir valores*. Ed. Deusto, S.A.
- GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, PABLO; CUESTA VALIÑO, PEDRO (2006): *Dirección Estratégica de Marketing. Casos prácticos*. Printed 2000. León.
- HAWKINS, DEL I.; BEST, ROGER J.; CONEY, KENNETH A. (2004): *Comportamiento del Consumidor*. 9<sup>a</sup> edición. McGraw-Hill. México.
- HOFACKER, C.F. (2001): *Internet Marketing*. 3rd edition. Wiley.
- KOTABE, MASAOKI, HELSEN, KRISTIAAN (2001): *Global Marketing Management*. 2nd edition. Wiley. USA.

- KOTLER, PHILIP (2000): *Introducción al Marketing*. 2ª edición europea. Prentice-Hall. Madrid.
- KOTLER, PHILIP (2003): *Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z*. Pearson – Prentice Hall. Madrid.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.; CÁMARA, D.; CRUZ, I. (2004): *Marketing*. 10ª edición. Pearson Prentice-Hall.
- KOTLER, PHILIP; CÁMARA, DIONISIO; GRANDE, ILDEFONSO; CRUZ, IGNACIO (2000): *Dirección de Marketing. Edición del Milenio*. 12ª edición. Pearson Prentice-Hall. Madrid.
- KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN LANE (2012): *Marketing Management*. 2<sup>nd</sup> e. USA: Pearson.
- KOTLER, PHILIP; LEE, NANCY (2005): *Corporate Social Responsibility*. Wiley. USA.
- LAMB, CHARLES W. Jr.; HAIR, JOSEPH F., Jr.; McDANIEL, CARL (2002): *Marketing*. 6ª edición. Thomson. México.
- LAMB, CHARLES W. Jr.; HAIR, JOSEPH F., Jr.; McDANIEL, CARL (2006): *Fundamentos de Marketing*. 4ª edición. Thomson. México.
- LAMBIN, J.J. (2003): *Marketing Estratégico*. Esic. Madrid.
- LEE, KIEFER; CARTER, STEVE (2005): *Global Marketing Management*. Oxford. USA.
- MAYNAR MARIÑO, PILAR (2007): *La Economía de la Empresa en el Espacio de Educación Superior*. McGraw-Hill. Madrid.
- MONTERO SIMÓ, Mª JOSÉ; ARAQUE PADILLA, RAFAEL ÁNGEL; GUTIÉRREZ VILLAR, BELÉN (2006): *Fundamentos de Marketing. Ejercicios y Soluciones*. McGraw-Hill. Madrid.
- MUNUERA ALEMÁN, JOSÉ LUIS; RODRÍGUEZ ESCUDERO, ANA ISABEL (1998): *Marketing Estratégico. Teoría y casos*. Pirámide.
- MUNUERA ALEMÁN, JOSÉ LUIS; RODRÍGUEZ ESCUDERO, ANA ISABEL (2006): *Estrategias de Marketing. De la teoría a la práctica*. Esic.
- PALMER, ADRIAN (2004): *Introduction to Marketing. Theory and Practice*. Oxford. USA.
- PENELAS LEGUÍA, AZUCENA; GALERA CASQUET, CLEMENTINA; GALÁN LADERO, M. MERCEDES; VALERO AMARO, VÍCTOR (2012): *Marketing Solidario. El marketing en las organizaciones no lucrativas*. Pirámide, Madrid.
- PINTADO BLANCO, TERESA (2004): *Marketing para adolescentes*. Pirámide – Esic. Madrid.
- RANDALL, G. (2003): *Principios de Marketing*. 2ª edición. Thomson.
- RUFÍN MORENO, RAMÓN (1998): *Marketing (Conceptos, Instrumentos y Estrategias)*. UNED.
- RUIZ DE MAYA, SALVADOR; ALONSO RIVAS, JAVIER (2001): *Experiencias y casos de comportamiento del consumidor*. Esic. Madrid.
- SÁNCHEZ GILO, Raúl (2018): *Vender más y mejor. Técnicas de ventas eternas más allá de internet*. 2ª edición. Cáceres.
- SERRANO, F. (1997): *Temas de Introducción al Marketing*. 2ª edición. ESIC. Madrid.
- SOLÉ MORO, Mª LUISA (2003): *Los consumidores del siglo XXI*. 2ª edición. Esic. Madrid.
- STANTON, W.J.; ETZEL, M.J.; WALKER, B.J. (2004): *Fundamentos de Marketing*. 13ª edición. McGraw-Hill. México.
- THE BRAND COUNCIL (2002): *Topbrands. Libro de las grandes marcas en España. Vol. I*. The Brand Council. Madrid.
- VERNIS, ALFRED (coord.) (1998): *La gestión de las organizaciones no lucrativas*. Ed. Deusto, S.A.
- WEST, COUGLAS; FORD, JOHN; IBRAHIM, ESSAM (2006): *Strategic Marketing*. Oxford. USA.

- WINNER, RUSSELL S. (2007): *Marketing Management*. 3rd edition. Pearson – Prentice Hall. USA.
- ZIKMUND, WILLIAM G.; D'AMICO, MICHAEL (2002): *Marketing*. Vol. I y II. 7ª edición. Thomson. México.

### Otros recursos y materiales docentes complementarios

Enlaces de Interés:

- American Marketing Association (AMA): <https://www.ama.org>
- Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK): <https://www.aemark.org>
- Bases de datos - Ciencias Sociales. Acceso desde UEx: <http://biblioteca.unex.es>
- Eurostat: <http://ec.europa.eu>
- Instituto de Estadística de Extremadura: <http://estadistica.gobex.es>; <https://www.juntaex.es/ieex/>; <https://ciudadano.gobex.es/web/ieex>
- Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.es>