



Brand Management  
Grado en Marketing  
Curso 2024-25



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Brand Management

**Titulación:** Grado en Marketing

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español-castellano

**Modalidad:** Presencial / Virtual

**Créditos:** 6 ECTS

**Curso:** 2024-25

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** D. / D<sup>a</sup> / Dr. D. / Dra. D<sup>a</sup>

## 1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

### 1.1. Conocimientos y contenidos

K1. Comprender los conceptos generales de comunicación, economía, estadística, administración y dirección de empresas que se aplican en la disciplina del marketing, así como las técnicas y variables para el desarrollo de estrategias de comunicación comercial y las de ventas.

### 1.2. Habilidades y destrezas

H1. Utilizar las dimensiones de producto, precio, distribución y comunicación en la ideación de estrategias de marketing en función de una serie de objetivos.

H2. Interpretar los conceptos básicos del ámbito de la estadística, la economía, el neuromarketing y las finanzas como agentes que influyen e interactúan con la actividad empresarial y, especialmente, en la ejecución de acciones de marketing.

H4. Revisar planes de marketing y de comunicación teniendo en cuenta las variables del marketing y la empresa.

### 1.3. Competencias y capacidades

C1. Diseñar planes de marketing teniendo en cuenta las variables de precio, producto, distribución y comunicación para la comercialización y venta de bienes o servicios.

C2. Desarrollar soluciones de marketing y comunicación basadas en el conocimiento económico, estadístico, legal y empresarial y de neuromarketing del entorno del producto y así tomar decisiones para su adecuación en el mercado.

C3. Evaluar la gestión, los diferentes tipos de contenido y de experiencia de marca, así como los puntos de contacto, para su creación y distribución dentro de las estrategias de marketing de una empresa y generar fidelidad hacia la marca por parte del consumidor.

C4. Implementar planes de marketing especializado y comunicación para desarrollar la comercialización de un bien o servicio de ese ámbito.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno

## 2.2. Descripción de los contenidos

Creación de marca, innovación y comunicación. Gestión de la marca y su internacionalización. Brand metrics. Protección jurídica de la marca

## 2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

## 2.4. Actividades Dirigidas

# 3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

## 3.1 Materia con carácter presencial

| ACTIVIDADES FORMATIVAS          | Horas totales | (% presencialidad) Horas presenciales (8-12) |
|---------------------------------|---------------|----------------------------------------------|
| AF1 Clases de teoría y práctica | 45            | 45 (100%)                                    |
| AF2 Trabajo personal del alumno | 90            | 0 (0%)                                       |
| AF3 Tutorías                    | 7,5           | 7,5 (100%)                                   |
| AF4 Evaluación                  | 7,5           | 7,5 (100%)                                   |
| <b>Total</b>                    | <b>150</b>    | <b>60</b>                                    |

## 3.2 Materia con carácter virtual

| MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL | ACTIVIDADES FORMATIVAS          | ¿Es síncrona? | Horas totales | Horas de interactividad síncrona |
|------------------------------|---------------------------------|---------------|---------------|----------------------------------|
|                              | AF1 Clases de teoría y práctica | Sí            | 45            | 9 (20%)                          |
|                              | AF2 Trabajo personal del alumno | No            | 90            | 0 (0%)                           |
|                              | AF3 Tutorías                    | Sí            | 7,5           | 4,5(60%)                         |
|                              | AF4 Evaluación                  | Sí            | 7,5           | 1,5 (20%)                        |
|                              | <b>Total</b>                    |               | <b>150</b>    | <b>15</b>                        |

# 4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

## 4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 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" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

#### 4.2 Criterios de evaluación

| Convocatoria ordinaria               |             |
|--------------------------------------|-------------|
| Modalidad: Presencial                | Ponderación |
| SE1 Asistencia, y participación      | 10%         |
| SE2 Prueba parcial                   | 10%         |
| SE3 Actividades académicas dirigidas | 30%         |
| SE4 Prueba objetiva final            | 50%         |
| Total                                | 100%        |

| Convocatoria extraordinaria          |             |
|--------------------------------------|-------------|
| Modalidad: Presencial                | Ponderación |
| SE1 Asistencia, y participación      | 10%         |
| SE3 Actividades académicas dirigidas | 30%         |
| SE4 Prueba final                     | 60%         |
| Total                                | 100%        |

| Convocatoria ordinaria                                     |             |
|------------------------------------------------------------|-------------|
| Modalidad: Virtual                                         | Ponderación |
| SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas | 15%         |
| SE3 Actividades académicas dirigidas                       | 35%         |
| SE4 Prueba final                                           | 50%         |
| Total                                                      | 100%        |

| Convocatoria extraordinaria          |             |
|--------------------------------------|-------------|
| Modalidad: Virtual                   | Ponderación |
| SE3 Actividades académicas dirigidas | 40%         |
| SE4 Prueba final                     | 60%         |
| Total                                | 100%        |

#### 4.3 Restricciones

##### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

##### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

##### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

#### 4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 5 BIBLIOGRAFÍA

## 6. DATOS DEL PROFESOR

|                      |                                                                                    |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre y Apellidos   | Nombre y Apellidos                                                                 |
| Departamento         | Departamento en Publicidad                                                         |
| Titulación académica | Licenciado/Doctor/ Doctor acreditado en                                            |
| Correo electrónico   | @nebrija.es                                                                        |
| Localización         | Campus y despacho                                                                  |
| Tutoría              | Horario de tutoría<br>Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail |

|                                                                                                                                                              |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación. |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|