



Seminario

"Marketing: historias que venden"

Impartido por:

- Javier Fernández Fernández, Facultade de Turismo da Universidade da Coruña

Descrición:

Cando se fala de marketing, o termo refírese ao conxunto de técnicas e estratexias que teñen como obxectivo promocionar un produto, servizo ou idea para satisfacer as necesidades e desexos do mercado e obter beneficios económicos.

Obxectivos:

1. Acadar unha formación básica e unha visión de conxunto da función comercial na empresa
2. Familiarizarse coa linguaxe, os conceptos, as ferramentas e a lóxica del marketing como actividade empresarial.
3. Coñecer aspectos e instrumentos útiles e necesarios para a efectiva toma de decisións en marketing
4. Comentar, debater e expresar os resultados obtidos no desenvolvemento das clases prácticas e os aspectos fundamentais desenvolvidos ao longo das clases teóricas
5. Desenvolver o pensamento crítico ante a realidade, así como, actitudes colaborativas (intercambio de experiencias e opinións entre compañeiros/as)

Contidos:

Tema 1. Introducción: Concepto de Marketing e Evolución

Tema 2. Estratexia de Marketing: Produto

Tema 3. Estratexia de Marketing: Prezo

Tema 4. Estratexia de Marketing: Promoción

Tema 5. Estratexia de Marketing: Distribución

Metodoloxía:

- Sesións expositivas e actividades prácticas na aula.
- Visita a unha empresa para coñecer as súas estratexias de marketing

Calendario e horario

Catro sesións de dúas horas (**de 17 a 19 horas**), os **días 15, 22 e 29 de xaneiro, e 5 de febreiro de 2026**, nas instalacións da **Universidade Sénior** en Normal (Paseo de Ronda, 47) da Coruña .

Inscrición e matrícula

As prazas son limitadas e serán asignadas por rigorosa orde de inscrición. A inscrición só poderá realizarse mediante formulario electrónico, **do 19 de decembro ao 12 de xaneiro de 2026**, a través da páxina web: www.udc.gal/senior. Máis información: **Secretaría da Universidade Sénior** (Tlf. 881014507 – secretaria.senior.coruna@udc.es)