



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

## **GUÍA DOCENTE**

### **Presupuesto**

**MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>DATOS DEL PROFESORADO</b> .....	3
<b>PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA</b> .....	3
<b>OBJETIVOS DE LA SESIÓN</b> .....	3
<b>CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA</b> .....	4
<b>METODOLOGÍA</b> .....	4
<b>EVALUACIÓN</b> .....	4
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	5

## RESUMEN

---

<b>Centro</b>	Facultad de Comunicación		
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing, Publicidad y Comunicación		
<b>Asignatura</b>	Presupuesto	Código	F1P1P03034
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2021-2022		

## DATOS DEL PROFESORADO

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	Luis Durango Pérez
<b>Correo electrónico</b>	luis.durango@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828019019

## PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

---

Haremos una aproximación a la elaboración de un presupuesto de marketing, sus formas de elaboración, su presentación, los métodos de cálculo y un foco preferente en la optimización del retorno.

## OBJETIVOS DE LA SESIÓN

---

### Objetivo 1

Dar a conocer la importancia del presupuesto de marketing

### Objetivo 2

Conocer las distintas aproximaciones para la elaboración de un presupuesto

### Objetivo 3

Delimitar las variables y condicionantes que intervienen en la preparación de un presupuesto

### Objetivo 4

Familiarizarse con las formas de calcular el retorno de la inversión

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

1. Qué es el presupuesto de marketing
2. Para qué sirve
3. Gasto óptimo
4. Elementos que influyen en la preparación de un presupuesto
5. Métodos para presupuestar
6. Eficacia y rentabilidad presupuestarias
7. El retorno de la inversión (ROI)

## METODOLOGÍA

---

- Clase magistral.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.
- Casos reales analizados en la sesión
- Ejercicios prácticos durante la sesión.

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

La evaluación será de 0 a 10, siguiendo el sistema español en cada uno de los ítems a calificar.

	% CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia, participación, implicación y actitud	30%
Trabajos a realizar durante la sesión	70%

### Descripción del trabajo:

Calcular índices de eficacia y de rentabilidad de acciones de marketing en función del presupuesto destinado

## BIBLIOGRAFÍA

---

*Córdoba, J.L. y Torres, J.M.: "Teoría y Aplicaciones del Marketing". Ed. Deusto*

*Lambin, J.J.: "Marketing Estratégico". McGraw Hill.*

*Solé, L. y Casado, F.: "Marketing Estratégico". Hispano Europea.*