



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial II

Asignatura	Dirección comercial II			
Código	V03G020V01502			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Gonzalez Vazquez, Encarnacion			
Profesorado	Gonzalez Vazquez, Encarnacion López Miguens, María Jesús Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	egzlez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia pretende proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para diseñar y desarrollar un programa de marketing y capacitarle para la toma de decisiones comerciales. En concreto, la asignatura de dirección comercial 2 pretende profundizar en el conocimiento y puesta en práctica de las estrategias operativas de marketing: producto, precio, comunicación y distribución.			

Competencias de titulación

Código	
A5	Poseer y comprender conocimientos acerca de: La relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial
A6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
A7	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial
A9	Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución
A10	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa
A13	Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes
A14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones
A16	Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B2	Pensamiento crítico y autocrítico
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B8	Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
B11	Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B14	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B15	Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
B18	Compromiso ético en el trabajo
B19	Motivación por la calidad y la mejora continua

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer la relación entre la empresa y su entorno evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial	A5
Conocer los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial	A6
Conocer las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial	A7
Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	A9
Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa	A10
Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes	A13
Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones	A14
Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante	A16
Capacidad de análisis y síntesis	B1
Pensamiento crítico y autocrítico	B2
Habilidades de comunicación oral y escrita	B5
Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación	B8
Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo	B9
Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados	B10
Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa	B11
Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo	B13
Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado	B14
Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial	B15
Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos	B17
Compromiso ético en el trabajo	B18
Motivación por la calidad y la mejora continua	B19

Contenidos

Tema	
TEMA 1.EL PRODUCTO	1.1 concepto, 1.2 clasificación, 1.3 decisiones sobre productos, 1.4 estrategias de marca, 1.5 servicios
TEMA 2.DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	2.2 desarrollo de nuevos productos, 2.2 estrategias del ciclo de vida del producto
TEMA 3. EL PRECIO	3.1 concepto, 3.2 fijación de precios, 3.3 estrategias de precios
TEMA 4. LA DISTRIBUCIÓN	4.1 concepto e importancia, 4.2 niveles del canal, 4.3 comportamiento y organización del canal, 4.4 minoristas y mayoristas
TEMA 5. LA COMUNICACIÓN	5.1. concepto, 5.2 proceso de comunicación, 5.3 mix de comunicación de marketing
TEMA 6. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	6.1. publicidad, 6.2 relaciones publicas, 6.3 promoción de ventas, 6.4 venta personal, 6.5 marketing directo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	10	25
Tutoría en grupo	5	15	20
Sesión magistral	30	30	60
Pruebas de tipo test	6	39	45

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EJERCICIOS O SIMILAR: Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos y/o ejercicios relacionados con la materia. En unos casos el alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante el ejercicios de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. En otros, se trata de una actividad de los estudiantes que incluye la búsqueda y recopilación de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción, etc. Además se realizará la exposición por parte del alumnado ante el docente y/o el grupo de estudiantes. Puede ser llevada a cabo de forma individual o en grupo.

Tutoría en grupo	TUTORÍAS EN GRUPO: Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.
Sesión magistral	SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de trabajos, ejercicios o proyectos a desarrollar por el estudiante. Se requiere la participación activa del alumnado en el aula a través de exposiciones, resolución de ejercicios, debates y otras actividades. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	TUTORÍA EN GRUPO. Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS, EJERCICIOS O SIMILAR: Se evalúa la adecuada capacidad del alumno de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, el desempeño dentro de un equipo de trabajo, el trabajo autónomo y la comunicación oral y escrita, entre otros. Solo se podrán entregar actividades en las fechas y sesiones establecidas.	30
Sesión magistral	SESIÓN MAGISTRAL: Puede ser objeto de evaluación cualquier lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario realizado en el aula. Asimismo, se valorarán aquellos alumnos con una mayor implicación en la materia.	10
Pruebas de tipo test	PRUEBA/S TIPO TEST: Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas que incluye/n preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple,...). Los alumnos seleccionan una/s respuesta/s entre un número limitado de posibilidades. Las respuestas erróneas penalizan. Se podrán hacer pruebas parciales a lo largo del semestre. Formará parte del contenido de la asignatura, y por tanto, estará sujeto a evaluación, toda lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario realizado por los profesores en el aula.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la asignatura se requiere satisfacer dos condiciones: (1) obtener una puntuación mínima de 5 puntos en el conjunto de las pruebas a evaluar y (2) obtener como mínimo 4,5 puntos en el examen final (puntuado sobre 10). En el caso de no superar el examen, la nota final de la asignatura será la resultante de expresar la nota obtenida en el examen en una escala de 10 puntos.

La puntuación obtenida por la participación así como la realización y entrega de todas aquellas tareas establecidas por el profesor (casos, ejercicios, supuestos, exposiciones, memorias, []), se mantiene en la convocatorias de Junio y Julio del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos.

Los alumnos que opten por seguir la evaluación NO continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con el resto de los alumnos. En este caso, los alumnos deben indicar expresamente su deseo de no seguir la evaluación continua a principio de curso (durante el mes de SEPTIEMBRE de 2012).

DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS:

1. Puntualidad. No se permitirá el acceso y salida a clase una vez que el profesor haya entrado en el aula.
2. No está permitido hacer uso de teléfonos móviles, ordenadores portátiles o similares durante las sesiones de trabajo. Éstos deben estar desconectados.
3. No está permitido comer ni beber (salvo agua) en clase.
4. Es imprescindible asistir a las sesiones de aula con el material necesario (tales como manual, apuntes, enunciado de la práctica, entre otros.)
5. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas.

6. Es imprescindible cuidar la gramática, redacción y ortografía de las actividades entregadas. El incumplimiento de esta norma conllevará la invalidación de las actividades.
 7. Para la realización de los exámenes solo se permite el uso de elementos de escritura y calculadora.
 8. El alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento.
 9. Todos los exámenes deberán ser entregados a su finalización y bajo ningún concepto serán sacados fuera del aula.
 10. La revisión de exámenes tendrá lugar únicamente en el horario y lugar establecido por el profesor.
- En caso de incumplimiento de las normas anteriores, el profesor podrá adoptar las medidas que estime oportunas dentro de la legislación vigente.

Fuentes de información

Gonzalez E. y Alen, E. (coord.), **Casos de dirección de marketing**, 2005,
Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,
Kotler, y otros, **Dirección de Marketing, 12ª Edición**, 2006,
Kotler, P.; Armstrong, G., **Fundamentos de marketing**, 2008,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Investigación comercial/V03G020V01701
Marketing responsable/V03G020V01930
Marketing sectorial/V03G020V01910

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la importancia de las situaciones que pudieran surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.