



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial I

Asignatura	Dirección comercial I			
Código	004G020V01403			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Profesorado	Alén González, María Elisa Domínguez Vila, Trinidad Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	loroco@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia conecta al alumno con aspectos del marketing básicos para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa. En concreto, la asignatura Dirección Comercial I pretende ahondar en el estudio del marketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado de cada a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado.			

## 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. Introducción y contenido del marketing	1.1. Definición y concepto de marketing 1.2. El enfoque del cliente y la gestión de su lealtad 1.3 Marketing en áreas especiales
Tema 2. Mercado potencial, demanda de mercado y cuota de mercado	2.1. Definición del concepto de mercado 2.2. Mercado potencial 2.3. Cuota de mercado potencial y cuota de participación
Tema 3. El sistema de información de marketing	3.1. Evaluación de las necesidades de información en marketing 3.2. La investigación comercial
Tema 4. El comportamiento del consumidor	4.1. Factores que inciden en el comportamiento de compra del consumidor 4.2. Modelos de comportamiento del consumidor 4.3. Diferencias entre el comportamiento del consumidor individual y el organizacional
Tema 5. La segmentación de mercados	5.1. La segmentación 5.2. Proceso y estrategias de segmentación
Tema 6. La planificación de marketing (introducción)	6.1. El plan estratégico de marketing 6.2. Las estrategias de marketing

(\*)La evaluación de la asignatura podrá hacerse de dos maneras, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. Las fechas del examen final son las establecidas en el centro.

#### Evaluación ordinaria

- Se entregarán 4 prácticas a través de la plataforma FAITIC. En los GM se trabajará de forma que se facilite su elaboración. En el examen final se preguntarán cuestiones que refrenden la autoría y conocimiento de esta parte. (40% de calificación final)
- Trabajos y habilidades desarrolladas en los GP (10% nota final)
- Examen final de preguntas a desarrollar (50% nota final)

Se requiere aprobar cada parte para poder compensar las notas

#### Evaluación alternativa

- Examen escrito que contiene una parte teórica y una parte práctica (caso práctico) en la convocatoria correspondiente. Se requiere aprobar cada parte para poder compensar las notas

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	30	60
Estudio de casos/análisis de situaciones	15	15	30
Presentaciones/exposiciones	1	1	2
Trabajos tutelados	2	0	2
Pruebas de tipo test	1.5	40	41.5
Pruebas de respuesta corta	0.5	14	14.5

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

### Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. 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.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Presentaciones/exposiciones	Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre los contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto, ...
Trabajos tutelados	El estudiante, de manera individual o en grupo, debe elaborar un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Generalmente se trata de una actividad autónoma o en grupo del/de los estudiante/s que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Tiempo dedicado por el profesor a la atención personalizada del estudiante.

### Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	se entregarán casos y ejercicios que habrá que resolver	30
Presentaciones/exposiciones	Presentación de trabajos y ejercicios	10
Trabajos tutelados	Trabajo a realizar de forma autónoma por el estudiante	10
Pruebas de tipo test	Examen tipo test de entre 50 y 100 preguntas válidas	40

---

**Otros comentarios sobre la Evaluación**

---

La descripción de esta guía esta pensada para la modalidad presencial. La nota obtenida por el alumno en la parte presencial tendrá vigencia para las convocatorias a las que da derecho la matrícula de cada curso académico.

\*La concreción de las actividades a realizar dependerá en gran medida del número de alumnos, medios para trabajar en grupo, etc

---

---

**Fuentes de información**

---

Best, Roger, **Marketing estrategico**, 2007,

□ Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,

□ Philip Kotler y Gary Armstrong, **Direccion de marketinh**, 2008,

---

---

**Recomendaciones**

---

**Asignaturas que continúan el temario**

---

Dirección comercial II/O04G020V01502

Investigación comercial/O04G020V01701

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Empresa: Gestión de empresas/O04G020V01203

---

**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 relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará a los alumnos la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

---