



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial I

| | | | | |
|---------------------|--|------------|-------|--------------|
| Asignatura | Dirección comercial I | | | |
| Código | V03G020V01403 | | | |
| Titulación | Grado en Administración y Dirección de Empresas | | | |
| Descriptores | Creditos ECTS | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
| | 6 | OB | 2 | 2c |
| Lengua Impartición | Castellano | | | |
| Departamento | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinador/a | García Rodríguez, María José | | | |
| Profesorado | García Rodríguez, María José González López, María Isabel Rodríguez Daponte, María del Rocío | | | |
| Correo-e | mjgarcia@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 cara a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado. | | | |

Competencias

| | |
|--------|--|
| Código | |
| B1 | Capacidad de análisis y síntesis |
| B5 | Habilidades de comunicación oral y escrita |
| B9 | Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo |
| B13 | Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo |
| C6 | Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial |
| C14 | Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones |

Resultados de aprendizaje

| Resultados previstos en la materia | Resultados de Formación y Aprendizaje | |
|--|---------------------------------------|-----------|
| Poseer conocimientos para elaborar planes y políticas en la empresa. | | C6 C14 |
| Capacidades de análisis, comunicación, responsabilidad y compromiso. | B1 B5 B9 B13 | C6 C14 |

Contenidos

| |
|---|
| Tema |
| Tema 1. Concepto y contenido del marketing |
| Tema 2. La planificación de marketing |
| Tema 3. Análisis del mercado y los consumidores |
| Tema 4. La segmentación de mercados |

Planificación

| | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|-------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Lección magistral | 30 | 30 | 60 |

| | | | |
|-------------------------------|----|----|----|
| Resolución de problemas | 15 | 15 | 30 |
| Seminario | 5 | 10 | 15 |
| Examen de preguntas objetivas | 2 | 43 | 45 |

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

Metodologías

| | Descripción |
|-------------------------|--|
| Lección magistral | SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. 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. |
| Resolución de problemas | RESOLUCION DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EJERCICIOS O SIMILAR: Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos y/o ejercicios relacionados con la materia. 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. |
| Seminario | 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. |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|--------------|--|
| Seminario | Se atenderán las dudas de los alumnos en la asignatura |

Evaluación

| | Descripción | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje | |
|-------------------------------|---|--------------|---------------------------------------|-----------|
| Resolución de problemas | 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. | 40 | B1 B5 | C6 C14 |
| Examen de preguntas objetivas | Una vez finalizada la docencia presencial, el alumno deberá realizar una prueba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test o de otro tipo sobre aspectos concretos del contenido de la materia. | 60 | B1 | C6 C14 |

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 2 puntos sobre 6 en la prueba tipo test para sumar el resto de las pruebas evaluables. 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 ordinaria y extraordinaria del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos. Los alumnos que no sigan la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos. Se considerará que los alumnos que asistan a un 20% de las prácticas están realizando evaluación continua, salvo que de forma expresa indiquen que se acogen a evaluación no continua. 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 sólo 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. 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.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad "<http://fccee.uvigo.es>". En la convocatoria de fin de carrera los alumnos serán evaluados mediante una prueba escrita valorada en 10 puntos.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Armstrong, G.; Kotler, P. ; Merino, M.J.; Pintado, T.; Juan, J.M., **Introducción al marketing**, 3ª, Pearson, 2011

López, M.J., **Marketing estratégico**, 1ª, Pearson, 2013

Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J.; Pintado, T., **Fundamentos de marketing**, 1ª, Pirámide, 2009

Santesmases, M., **Marketing. Conceptos y estrategias**, 6ª, Pirámide, 2012

Esteban Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A., **Fundamentos de marketing**, 1ª, Esic, 2013

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Dirección comercial II/V03G020V01502

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Gestión de empresas/V03G020V01203

Otros comentarios

Se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo. Esta materia en el PCGE Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho se imparte en el segundo cuatrimestre del 3º curso y la profesora responsable es Ana Isabel Martínez Senra.