



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			
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 1 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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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	C6
	B5	C14
	B9	
	B13	

Contenidos

Tema
Tema 1. Introducción y contenido del marketing
Tema 2. La planificación de marketing
Tema 3. El mercado y la demanda
Tema 4. El entorno y la gestión de la información de marketing.
Tema 5. El comportamiento del consumidor
Tema 6. La segmentación de mercados

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
--	----------------	----------------------	---------------

Lección magistral	30	0	30
Estudio de casos	20	53	73
Examen de preguntas objetivas	2	45	47

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	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.
Estudio de casos	Realización de casos prácticos, ejercicios de comprensión de los temas, trabajos y exposiciones relacionadas con los temas de la asignatura.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Atención personalizada de problemas del alumnado al llevar a la práctica los conocimientos teóricos.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos	Resolución de casos prácticos, ejercicios de comprensión de los temas, trabajos y exposiciones relacionadas con los temas de la asignatura (ninguna de las pruebas superará por si misma el 40% de la calificación).	60	B1 B5 B9 B13	C6 C14
Examen de preguntas objetivas	Prueba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test o de otro tipo sobre aspectos concretos del contenido de la materia.	40	B1	C6 C14

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de evaluación continua o por una prueba de evaluación global.

Para poder superar la asignatura por evaluación continua, hay que obtener una nota mínima de 1 punto sobre 4 en el examen.

Para que se evalúen las prácticas es obligatorio haber asistido a la sesión correspondiente a su exposición y participar en el debate de resolución.

La puntuación obtenida en evaluación continua por la participación, así como la realización y entrega de todas aquellas tareas establecidas por el profesor (casos, ejercicios y exposiciones), se mantiene en la convocatorias ordinaria y extraordinaria del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos.

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 global. El plazo para renunciar a la evaluación continua será hasta 15 días antes de la fecha del examen.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad "<http://fccee.uvigo.es>".

Los alumnos que no sigan la evaluación continua tienen la opción de evaluación global, en la que serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos que no coincidirá con la de evaluación continua.

Las fechas y horas de las pruebas de evaluación global (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Facultades para el curso 2023/24. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de exámenes, prevalecerán las publicadas en la web de la facultad, <http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>

En la convocatoria de Fin de carrera los alumnos serán evaluados mediante una prueba escrita valorada en 10 puntos.

Los estudiantes que no participen ni en la Evaluación continua ni en la Global, figurarán en las actas como ☐no presentados☐.

Se recomienda al alumnado tener en cuenta el Título VII (Do uso de medios ilícitos), del Reglamento sobre la Evaluación, calificación y calidad de la docencia y del proceso de aprendizaje del estudiantado:

(<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

La información sobre las tutorías se podrá consultar en Moovi.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

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

Bibliografía Complementaria

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

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 María de los Ángeles Pariente Ojea.