



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial II

Asignatura	Dirección comercial II			
Código	V03G720V01415			
Titulación	PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>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 II pretende profundizar en el conocimiento y puesta en práctica de las estrategias operativas de marketing: producto, precio, comunicación y distribución.</p> <p>Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés. Esta oferta de la materia con carácter English Friendly sólo se aplica a la titulación doble grado ADE/Derecho.</p>			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Adquirir conocimientos y dominio de las herramientas del programa de marketing de la empresa	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de producto , tanto individualmente como en grupo	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de precio, tanto individualmente como en grupo	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de comunicación , tanto individualmente como en grupo	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de distribución , tanto individualmente como en grupo	

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Propuesta de valor de la empresa y su tangibilización en el mix de marketing	1.1 Valor en Marketing y Propuesta de Valor 1.2 Marketing Mix
TEMA 2. Definición de la oferta: produto y política de precios	2.1 Producto 2.2 Precio
TEMA 3. Diferenciación de la empresa en el mercado: políticas de distribución y comunicación	3.1 Comunicación 3.2 Distribución

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	12	5	17
Presentación	5	20	25
Resolución de problemas	10	10	20
Seminario	4	5	9
Aprendizaje basado en proyectos	16	20	36
Examen de preguntas objetivas	3	40	43

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	Se requiere la asistencia y 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.
Presentación	Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.
Resolución de problemas	Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos, proyectos de aprendizaje y/o ejercicios relacionados con la materia. En unos casos el alumnado 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, aplicación de los conocimientos y habilidades en proyectos colaborativos en grupos interdisciplinarios, 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.
Seminario	Entrevistas que el alumnado mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.
Aprendizaje basado en proyectos	Realización de actividades que permiten la cooperación de varias asignaturas y enfrentan a los alumnos/as, trabajando en equipo (que pueden ser colaborativos e interdisciplinarios), a problemas abiertos. Permiten entrenar, entre otras, las capacidades de aprendizaje en cooperación, de liderazgo, de organización, de comunicación y de fortalecimiento de las relaciones personales.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Seminario	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas de la materia. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Lección magistral	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Resolución de problemas	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Presentación	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Aprendizaje basado en proyectos	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Presentación	Presentaciones o exposiciones por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se pueden llevar a cabo de manera individual o en grupo. Las presentaciones tendrán lugar en las fechas y sesiones establecidas. Prueba no recuperable.	15	
Resolución de problemas	Se evalúa la adecuada capacidad del alumnado 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. Prueba no recuperable	10	

Aprendizaje basado en proyectos	Se evalúa la capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en las sesiones teórico-prácticas a un proyecto global (real o ficticio), así como el trabajo en equipo, la presentación y el contenido.	15
Examen de preguntas objetivas	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas tanto en la parte teórica como práctica de la materia. Podrá incluir preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, etc.), así como preguntas cortas, numéricas o de ensayo. Los alumnos seleccionan una/s respuesta/s entre un número limitado de posibilidades y/o responderán a cuestiones, ensayos o ejercicios que se le planteen. Las respuestas erróneas penalizan. Se podrá solicitar al alumnado incluir un PDF como prueba del ejercicio/s o tarea realizada. Se podrán hacer pruebas parciales a lo largo del semestre. Formará parte del contenido de la asignatura, y por tanto estará sujeto a evaluación, además del contenido teórico del manual y los ejercicios, toda lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario indicado o realizado por los profesores en el aula, tanto en horas de teoría como de práctica.	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 puntos en el examen final (puntuado sobre 10), 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 u otros), se mantiene en la convocatorias de junio y julio del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos.

El alumno/a que no siga la evaluación continua deberá indicarlo ANTES de la realización de la segunda sesión de prácticas y serán examinados mediante una prueba escrita (o alternativamente, si fuese preciso, oral) valorada sobre 10 puntos, que no tiene por qué coincidir con la prueba de aquellos alumnos que sigan la evaluación continua. En dicha prueba se evalúa tanto los contenidos teóricos como prácticos de la materia así como la capacidad crítica del alumnado. En la convocatoria fin de carrera el examen supondrá el 100% de la nota. Las fechas de los exámenes deben ser consultadas en la página web de la facultad: <http://fccee.uvigo.es>.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Carmen Otero (coordinadora), **Dirección Comercial 2**, Pearson, 2013

Gonzalez Vazquez, E.; López Miguens, M.J.; y Otero Neira, C. (coord.), **Manual Practico de Márketing**, Pearson, 2014

Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 17 edición, Pearson, 2018

Kotler, P & Keller, K.L., **Marketing Management**, 15 edición, Pearson, 2016

Bibliografía Complementaria

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, **Dirección de Marketing**, 15 edición, Pearson, 2016

Gonzalez E. y Alen, E. (coord.), **Casos de dirección de marketing**, Pearson, 2005

Kotler, P.; Armstrong, G., **Fundamentos de marketing**, 13 edición, Pearson, 2017

Miguel Santesmases Mestre, **Fundamentos de marketing**, 2 edición, Pirámide, 2018

Working Material, **Plataforma Educativa Univesidad de Vigo**,

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 anticipa los principios y metodologías de aprendizaje para el desarrollo de la asignatura y se concibe de forma flexible. Los datos que aparecen en esta guía y en sus metodologías de planificación y educación son orientativos y podrán ajustarse en función de la heterogeneidad de los grupos y de los estudiantes así como de circunstancias que puedan surgir. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovido por la dinámica de la clase y del grupo, o por la importancia de las situaciones que pudieran surgir.

El profesorado ofrecerá a los estudiantes la información y material que sea necesario para la realización de las actividades

propuestas a través de la plataforma educativa de la Universidade de Vigo (MOOVI), así como las pautas concretas en cada momento del proceso formativo.

Esta materia en el PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas-Grado en Derecho se imparte en el 1º cuatrimestre de 4º curso y el docente responsable será Dña. Mª Carmen Otero Neira.
