



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial I

Materia	Dirección comercial I			
Código	V03G020V01403			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	López Miguens, María Jesús			
Profesorado	López Miguens, María Jesús Martínez Senra, Ana Isabel Otero Neira, Maria del Carmen Rodríguez Daponte, Maria del Rocio			
Correo-e	chusl@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

### Competencias de titulación

Código	
A5	Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o seu entorno avaliando a súa repercusión na estratexia, comportamento, xestión e sustentabilidade empresarial
A6	Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial
A7	Posuír e comprender coñecementos sobre as principais técnicas instrumentais aplicadas ao ámbito empresarial
A9	Identificar a xeneralidade dos problemas económicos que se suscitan nas empresas, e saber utilizar os principais instrumentos existentes para a súa resolución
A10	Valorar, a partir dos rexistros relevantes de información, a situación e previsible evolución dunha empresa
A13	Mobilidade e adaptabilidade a entornos e situacións diferentes
A14	Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións
A16	Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante
B1	Capacidade de análise e síntese
B2	Pensamento crítico e autocrítico
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B8	Comunicarse con fluidez no seu entorno, incluíndo competencias interpersoais de escoita activa, negociación, persuasión e presentación
B9	Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo
B10	Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados
B11	Redactar proxectos de xestión global ou de áreas funcionais da empresa
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B14	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado
B15	Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos
B18	Compromiso ético no traballo
B19	Motivación pola calidade e mellora continua

### Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
---------------------------------	---------------------------------------

Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o seu entorno avaliando a súa repercusión na estratexia, comportamento, xestión e sustentabilidade empresarial	A5
Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial.	A6
Posuír e comprender coñecementos sobre as principais técnicas instrumentais aplicadas ao ámbito empresarial.	A7
Identificar a xeneralidade dos problemas económicos que se suscitan nas empresas, e saber utilizar os principais instrumentos existentes para a súa resolución.	A9
Valorar, a partir dos rexistros relevantes de información, a situación e previsible evolución dunha empresa.	A10
Mobilidade e adaptabilidade a entornos e situacións diferentes.	A13
Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións.	A14
Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante.	A16
Capacidade de análise e síntese.	B1
Pensamento crítico e autocrítico.	B2
Habilidades de comunicación oral e escrita.	B5
Comunicarse con fluidez no seu entorno, incluíndo competencias interpersoais de escoita activa, negociación, persuasión e presentación.	B8
Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo.	B9
Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados.	B10
Redactar proxectos de xestión global ou de áreas funcionais da empresa.	B11
Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.	B13
Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.	B14
Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial.	B15
Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.	B17
Compromiso ético no traballo.	B18
Motivación pola calidade e mellora continua.	B19

## Contidos

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
(*)Tema 2. La planificación de marketing	(*)2.1. El plan estratégico de marketing
(*)Tema 3. Mercado potencial, demanda de mercado y cuota de mercado	(*)3.1. Definición del concepto de mercado 3.2. Mercado potencial 3.3. Cuota de mercado potencial y cuota de participación
(*)Tema 4. El sistema de información de marketing	(*)4.1. Evaluación de las necesidades de información en marketing 4.2. La investigación comercial
(*)Tema 5. El comportamiento del consumidor	(*)5.1. Factores que inciden en el comportamiento de compra del consumidor 5.2. Modelos de comportamiento del consumidor 5.3. Diferencias entre el comportamiento del consumidor individual y el organizacional
(*)Tema 6. La segmentación de mercados y el posicionamiento	(*)6.1. La segmentación 6.2. Proceso y estrategias de segmentación 6.3 El posicionamiento

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	15	15	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	10	15
Sesión maxistral	30	30	60
Probas de tipo test	2	43	45

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	ESTUDIO DE CASOS, ANÁLISES DE SITUACIÓNS E PRESENTACIÓN.S. Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalo e adestrarse en procedementos alternativos de solución. Ademais realizarase a exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun caso, traballo, ... Pódese levar a cabo de xeito individual ou en grupo.

Resolución de problemas e/ou exercicios	RESOLUCION DE PROBLEMAS, EXERCICIOS Ou SIMILAR: Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas mediante a exercitación de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados.
Sesión maxistral	SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante. Requírese a participación activa do alumnado no aula a través de exposicións e debates. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que se consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas cuestións e preguntas suscitadas ao longo da clase. En ningún caso as transparencias entregadas polo profesor constitúen material suficiente sobre o contido da asignatura.

## Atención personalizada

## Avaliación

	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	ESTUDO DE CASOS, ANÁLISES DE SITUACIÓNS E PRESENTACIÓNS. Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvolo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalo e adestrarse en procedementos alternativos de solución. Ademais realizarase a exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun caso, traballo, ... Pódese levar a cabo de xeito individual ou en grupo.	30
Resolución de problemas e/ou exercicios	RESOLUCION DE PROBLEMAS, EXERCICIOS Ou SIMILAR: Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas mediante a exercitación de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados.	10
Probas de tipo test	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadero/falso, elección múltiple, emparellamento de elementos...). Os alumnos seleccionan unha/s resposta/s entre un número limitado de posibilidades. As respostas erróneas penalizan.	60

## Outros comentarios sobre a Avaliación

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).

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 no puedan seguir la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos. En este caso, los alumnos deben indicar expresamente su imposibilidad para seguir la evaluación continua a principio de curso (durante el mes de enero de 2012).

## Bibliografía. Fontes de información

Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 12,

Philip Kotler y otros, **Dirección de Marketing**, 12,

Gary Armstrong y otros, **Introducción al Marketing**, 3,

Encarnación González Vázquez y Elisa Alén González, **Casos de Dirección de Marketing**, 1,

## Recomendacións

### Materias que continúan o temario

Dirección comercial II/V03G020V01502

## Outros comentarios

(\*)Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Así mesmo, aportarase ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.