



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Mercadotecnia sectorial

Materia	Mercadotecnia sectorial			
Código	V03G020V01910			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Garcia Rodriguez, Maria Jose			
Profesorado	Garcia Rodriguez, Maria Jose Pereiro Pascual, Pedro			
Correo-e	mjgarcia@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)Esta materia identifica distintos campos de actividad en los que se requieren prácticas diferenciales de marketing adaptadas a las características particulares de comercialización. Estudio de las estrategias de marketing adecuadas para estos tipos de empresas.			

## 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
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
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B9	Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo
B10	Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados
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

## Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)- 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 A10 una empresa.

(*)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
(*)Habilidades de análisis y síntesis	B1
(*)Habilidades de comunicación oral y escrita	B5
(*)Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo	B9
(*)Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados	B10
(*)Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo	B13
(*)Capacidad de aplicar los conocimientos 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
(*)	

## Contidos

Tema
(*)1. Marketing de servicios
1.1. Marketing turístico
1.2. Marketing bancario
1.3. Marketing sanitario
2. Marketing industrial
3. Marketing no lucrativo
3.1. Marketing social
3.2. Marketing político
3.3. Marketing en las organizaciones no lucrativas
3.4. Marketing público

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	19.5	0	19.5
Titoría en grupo	5	0	5
Prácticas de laboratorio	22.5	18	40.5
Estudo de casos/análises de situacións	0	14.5	14.5
Presentacións/exposicións	0	10	10
Actividades introductorias	1.5	0	1.5
Probas de resposta curta	1.5	30	31.5
Traballos e proxectos	0	27.5	27.5

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

## Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	(*) Exposición de los contenidos de la materia con la participación del alumnado.
Titoría en grupo	(*) Primeras sesiones de trabajo para explicar la forma de elaboración y exposición de los trabajos y para formar y poner en marcha los grupos.
Prácticas de laboratorio	(*) Resolución de casos prácticos y ejercicios relacionados con los contenidos de la materia. Trabajo en grupo. Exposición de trabajos sobre la materia.
Estudo de casos/análises de situacións	(*) Realización de trabajos sobre las aplicaciones sectoriales del marketing.
Presentacións/exposicións	(*) Realización de las exposiciones de los trabajos presentados.
Actividades introductorias	(*)Presentación de la asignatura con sus contenidos básicos y planificación del trabajo del curso.

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Titoría en grupo	
Prácticas de laboratorio	

## Avaliación

Descrición	Cualificación

Prácticas de laboratorio	(*)Asistencia, participación y desarrollo de los casos prácticos en las clases	15
Estudo de casos/análises de situaciones(*)	Elaboración de trabajos prácticos	10
Presentacións/exposicións	(*) Exposición de trabajos prácticos	15
Probos de resposta curta	(*)Examen de preguntas cortas cuyo contenido abarca todo el temario de la asignatura.	30
Traballos e proxectos	(*)Entrega y exposición de trabajos teóricos de la asignatura.	30

### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### Bibliografía. Fontes de información

Grande Esteban, Ildefonso, **Marketing de los servicios**, ESIC,  
 Barranco, F.J., **Marketing político y electoral**, Pirámide,  
 Acerenza, M., **Fundamentos del marketing turístico**, Eduforma y Trillas,  
 Kotler, P.; Lee, N., **Marketing en el sector público: todas las claves para su mejora**, Pearson,  
 Alcaide, J.C., **Marketing bancario relacional**, Mc Graw-Hill,  
 Dwyer, F.R.; Tanner, J.F., **Marketing industrial. Conexión entre la estrategia, las relaciones y el aprendizaje**, Mc Graw- Hill,  
 Mendive, D., **Marketing social**, Cuatro vientos,  
 Lamata, F.; Conde J.; Martínez M.; Horno, M., **Marketing sanitario**, Díaz de Santos,

#### BIBLIOGRAFIA BASICA (máximo 3 libros)

- Martínez, A.; Rodríguez, C. e Gutiérrez, R. *Inferencia Estadística, un enfoque clásico* . Madrid: Pirámide, 1993.
- Martín-Pliego López, F. J. e Ruiz-Maya Pérez, L. *Fundamentos de Inferencia Estadística*. Madrid: Thomson, 2005.
- Martín-Pliego López, F. J., Montero Lorenzo, J.M. e Ruiz-Maya Pérez, L. *Problemas de Inferencia Estadística*. Madrid: Thomson, 2005.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- Baró Llinás, J. *Inferencia Estadística. Aplicaciones Económico-Empresariales*. Barcelona: Parramón, 1993.
- Casas Sánchez, J.M. y otros. *Ejercicios de inferencia estadística y muestreo para economía y administración de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide, 2006
- Cristóbal Cristóbal, J. A. *Inferencia Estadística* . Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 1992
- Cuadras, C. M. *Problemas de Probabilidad y Estadística*. Barcelona: PPU, 1985.
- Peña, D. *Fundamentos de Estadística*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.
- Peña, D. *Regresión y diseño de experimentos*. Madrid: Alianza Editorial, 2002.
- Tusell, F. e Garín, A. *Problemas de Probabilidad e Inferencia Estadística*. Madrid: Tebar Flores, 1991.
- Visauta, B. *Análisis estadístico con SPSS 14. 3ª edición*. Madrid: McGraw-Hill, 2007.

### Recomendacións

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403  
 Dirección comercial II/V03G020V01502