



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección Comercial e Marketing para PEMES

Materia	Dirección Comercial e Marketing para PEMES			
Código	V06M092V01101			
Titulación	Máster Universitario en Dirección de PEMES			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Curras Valle, Maria Consuelo			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo Curras Valle, Maria Consuelo Dopico Parada, Ana Isabel Gonzalez Vazquez, Encarnacion López Miguens, María Jesús Rodriguez Daponte, Maria del Rocio			
Correo-e	ccurras@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	El programa de la materia desarrolla los conocimientos y herramientas específicos de la Dirección de Marketing tanto estratégicos como operativos incidiendo de forma especial en la Dirección Comercial y de la Fuerza de ventas así como en la elaboración del Plan de Marketing para la PYME.			

Competencias de titulación

Código			
A1	CE1. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.		
A2	CE2. Comprender los objetivos y funciones de las diferentes áreas funcionales de las PYMES y las relaciones entre ellas, así como saber manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, contable, financiero, jurídico y social que se generen en el ámbito empresarial.		
A3	CE3. Dominar la metodología de prospección y técnicas de análisis de la información del mercado, el proceso de planificación y diseño de la oferta comercial y los aspectos relacionados con la gestión de la venta, distribución, fuerza de venta y comunicación comercial, con el fin de ayudar a la toma de decisiones comerciales en la empresa.		
B1	CG1. Adquirir y desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para analizar, diagnosticar y tomar las decisiones en el desempeño de la actividad empresarial con una visión integral y un conocimiento profundo de las diferentes áreas que conforman la PYME.		
B2	CG2. Adquirir la formación que le permita recopilar, procesar e interpretar información de personal, contable, económica, comercial, jurídica, fiscal y del entorno para poder emitir juicios y tomar decisiones sobre aspectos de la empresa.		

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
CE1. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa	saber saber hacer	A1

CE2. Comprender los objetivos y funciones de las diferentes áreas funcionales de las PYMES y las relaciones entre ellas, así como saber manejar, procesar, interpretar y valorar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, contable, financiero, jurídico y social que se generen en el ámbito empresarial.	saber saber hacer	A2
(*)(*)**CE3. Dominar la *metodoloxía de **prospección *e técnicas de *análises de la información del mercado, el proceso de **planificación *e *deseño de la oferta comercial *e *os aspectos relacionados con la *xestión de @a *venta, distribución, *forza de *venta *e comunicación comercial, con el fin de *axudar a la toma de *decisións *comerciais en la empresa.	saber saber hacer	A3
CG1. Adquirir y desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para analizar, diagnosticar y tomar las decisiones en el desempeño de la actividad empresarial con una visión integral y un conocimiento profundo de las diferentes áreas que conforman la PYME.	saber hacer Saber estar / ser	B1
(*)(*)**CG2. Adquirir la formación que le permita *recompilar, procesar e interpretar información de *persoal, **contable, económica, comercial, *xurídica, fiscal *e del *contorna para poder emitir *xuízos *e tomar *decisións sobre aspectos de la empresa.	saber saber hacer	B2

Contidos

Tema

(*)	(*)
(*)1. Dirección de *Marketing nas *PYMES.2. *Marketing *Relacional e Xestión de Clientes.3. Plan de *Marketing para a *PYME.4. *Planificación Comercial e de *Marketing: Análise da contorna *competitivo e deseño de estratexias.5. Políticas de *Marketing para a *PYME.6. Dirección Comercial: Organización e Estrutura comercial e a Dirección do equipo de vendas.	(*)

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminarios	6	6	12
Estudo de casos/análises de situacións	6	18	24
Obradoiros	3	9	12
Outros	0	0	0
Sesión maxistral	30	30	60
Probas de resposta curta	1	8	9
Probas de tipo test	1	8	9
Traballos e proxectos	3	21	24

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminarios	Conferencias temáticas llevadas a cabo por expertos en la materia que provienen del mundo empresarial y/o académico en las que se fomentará el debate y el intercambio de opiniones.
Estudo de casos/análises de situacións	Se analizarán casos de empresas trabajando con datos e información real. Se valorará la capacidad de aplicación de conocimientos.
Obradoiros	A partir de los conceptos teóricos se desarrollarán actividades que simularán situaciones reales en las que se valorará el trabajo en equipo, la aplicación de conomimientos y la creatividad.
Outros	(*)Modalidad semipresencial: Tutorías en grupo y actividades propuestas por el profesor.
Sesión maxistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos temáticos de acuerdo con la planificación del curso. Se fomentará el debate y el intercambio de opiniones.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Obradoiros	Los docentes atenderán las dudas surgidas de la realización de trabajos y proyectos encomendados en el marco de la materia
Probas	Descrición
Traballos e proxectos	

Avaliación

Descrición	Cualificación
------------	---------------

Seminarios	Asistencia, actitud y participación en los seminarios	5
Estudo de casos/análises de situacións	Realización y presentación de los casos de empresa.	10
Obradoiros	Resultado de la actividad desarrollada en el taller	5
Outros	(*)Modalidad semipresencial: Examen oral o escrito y entrega de trabajos, si el profesor lo considera oportuno, con un valor del 100% de la nota.	0
Sesión maxistral	Asistencia, actitud y participación en las clases	5
Probas de resposta curta	Prueba sobre comprensión, conocimiento y aplicación de conocimientos	35
Probas de tipo test	Prueba de preguntas tipo test para comprobar el seguimiento	30
Traballos e proxectos	Realización de un trabajo ligado a la Dirección Comercial y el Marketing	10

Outros comentarios sobre a Avaliación

Los alumnos que participen en la evaluación continua y no cumplan las calificaciones que les permitan alcanzar el 50% tendrán que acudir a la convocatoria extraordinaria.

Los alumnos que no cumplan con una asistencia mínima de un 80% tendrán que acudir a un examen final y realizarán una prueba específica.

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Traballo Fin de Máster/V06M092V01205

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Dirección Estratéxica da PEME/V06M092V01201