



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial II

|                       |                                                                                                                                                                                                                                               |        |       |              |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Dirección comercial II                                                                                                                                                                                                                        |        |       |              |
| Código                | 004G020V01502                                                                                                                                                                                                                                 |        |       |              |
| Titulación            | Grao en Administración e Dirección de Empresas                                                                                                                                                                                                |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                                                                                                                                                                 | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6                                                                                                                                                                                                                                             | OB     | 3     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán<br>Galego<br>Inglés                                                                                                                                                                                                                  |        |       |              |
| Departamento          | Organización de empresas e márketing                                                                                                                                                                                                          |        |       |              |
| Coordinador/a         | Pita Castelo, Jose                                                                                                                                                                                                                            |        |       |              |
| Profesorado           | Pita Castelo, Jose<br>Rodríguez Campo, María Lorena                                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Correo-e              | jpita@uvigo.es                                                                                                                                                                                                                                |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                                                                                                                                                               |        |       |              |
| Descrición xeral      | A materia Dirección Comercial II ten coma finalidade continuar co desenrolo dos conceptos básicos de marketing vistos en Dirección Comercial I, neste caso, enfocándonos na parte máis operativa do marketing, e decir, na toma de decisións. |        |       |              |

## 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                                                                        |

## Competencias de materia

| Resultados previstos na materia | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| (*)(*)La5                       | A5<br>A6<br>A7                        |
| (*)(*)                          | A9<br>A10                             |

## Contidos

|                                                           |                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                      |                                                                                                               |
| Tema 1. Produto                                           | 1.1 Concepto<br>1.2 Clasificación<br>1.3 Decisións sobre produtos<br>1.4 Estratexias de marca<br>1.5 Servizos |
| Tema 2. Desenvolvemento de novos produtos e ciclo de vida | 2.1 Desenvolvemento de novos produtos<br>2.2 Estratexias do ciclo de vida do produto                          |
| Tema 3. Prezo                                             | 3.1 Concepto<br>3.2 Fixación de prezos<br>3.3 Estratexias de prezos                                           |

|                                     |                                                                                                                                              |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 4. Distribución                | 4.1 Concepto e importancia<br>4.2 Niveis da canle<br>4.3 Comportamento e organización da canle<br>4.4 Comerciantes polo miúdo e almacenistas |
| Tema 5. Comunicación                | 5.1. Concepto<br>5.2 Proceso de comunicación<br>5.3 Mix de comunicación de mercadotecnia                                                     |
| Tema 6. Ferramentas de comunicación | 6.1. Publicidade<br>6.2 Relacións públicas<br>6.3 Promoción de venda<br>6.4 Venda persoal<br>6.5 Mercadotecnia directa                       |

| Planificación                                                                                                            |               |                    |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
|                                                                                                                          | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
| Sesión maxistral                                                                                                         | 30            | 30                 | 60           |
| Estudo de casos/análises de situacións                                                                                   | 15            | 10                 | 25           |
| Presentacións/exposicións                                                                                                | 1             | 1                  | 2            |
| Traballos tutelados                                                                                                      | 5             | 15                 | 20           |
| Probas de resposta curta                                                                                                 | 2             | 41                 | 43           |
| *Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado. |               |                    |              |

| Metodoloxía docente                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                        | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Sesión maxistral                       | Exposición, por parte do profesor, dos contidos sobre a materia obxecto de estudo basees teóricas ou/ou directrices do traballo, exercicios ou proxectos a desenvolver polo estudante                                                                                                           |
| Estudo de casos/análises de situacións | Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo, etc., e penetrarse en procedementos alternativos de solución.                                            |
| Presentacións/exposicións              | Presentación e exposición por parte do alumnado ante o docente e o grupo de estudantes, dun tema sobre os contidos da materia e/ou dos resultados dun traballo, un caso, un proxecto. Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo                                                     |
| Traballos tutelados                    | O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, resumos de lecturas, etc. Xeralmente trátase dunha actividade autónoma que inclúe a procura de información, lectura e manexo de bibliografía. |

| Atención personalizada |                                                                          |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías           | Descrición                                                               |
| Traballos tutelados    | Darase atención personalizada para a realización dos traballos tutelados |

| Avaliación                             |                                                               |               |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|
|                                        | Descrición                                                    | Cualificación |
| Estudo de casos/análises de situacións | Realización de casos prácticos                                | 20            |
| Presentacións/exposicións              | Presentacións por parte do alumno sobre un tema de traballo   | 10            |
| Traballos tutelados                    | Traballos específicos sobre un tema concreto                  | 10            |
| Probas de resposta curta               | Preguntas específicas sobre conceptos fundamentais da materia | 60            |

#### Outros comentarios sobre a Avaliación

Para aprobar a materia requírese superar, indistintamente, cada unha das dúas partes: teórica (a través do exame final), ou práctica (a través da avaliación continua mediante os casos prácticos ou a través do exame final). É dicir, esíxese un mínimo do 50% en cada unha das partes para poder facer media coa outra parte. A puntuación obtida pola participación así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios, supostos, exposicións, memorias, ...), mantense nas convocatorias de Xuño e Xullo pero NON se gardará para cursos sucesivos. Aqueles alumnos que non cumpran os requisitos esixidos de participación e/ou asistencia á materia así como de entregas de tarefas propostas e, por tanto, non superen a materia terán dereito a un exame, que non necesariamente coincidirá co exame do resto dos alumnos. Os alumnos que opten por seguir a avaliación NON continua serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos, que non necesariamente coincidirá co resto dos alumnos. Neste caso, os alumnos deben indicar expresamente o seu desexo de non seguir a avaliación continua a principio de curso (durante o mes de setembro).

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2013-14.

Condutas inadecuadas, contrarias e prexudiciais á convivencia e á súa corrección, poderán ser sancionadas coa perda do dereito á avaliación continua por parte do estudante responsable.

---

#### **Bibliografía. Fontes de información**

Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,

Kotler, et al., **Dirección de Marketing**, 2006,

Kotler, P.; Armstrong, G., **Fundamentos de Marketing**, 2008,

Kotler, et al., **Principles of Marketing**, 2013,

---

#### **Recomendacións**

---