



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial I

| | | | | |
|--------------------------|---|--------|-------|--------------|
| Materia | Dirección comercial I | | | |
| Código | V03G020V01403 | | | |
| Titulación | Grao en Administración e Dirección de Empresas | | | |
| Descriptores | Creditos ECTS | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
| | 6 | OB | 2 | 2c |
| Lingua de impartición | Castelán | | | |
| Departamento | Organización de empresas e márketing | | | |
| Coordinador/a | García Rodríguez, María José | | | |
| Profesorado | García Rodríguez, María José González Vázquez, Encarnación Martínez Senra, Ana Isabel Otero Neira, María del Carmen | | | |
| Correo-e | mjgarcia@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| Descripción xeral | A materia conecta ao alumno con aspectos da mercadotecnia básicos para coñecer e entender o mercado e os consumidores da empresa. En concreto, a materia Dirección Comercial 1 pretende profundar no estudo da mercadotecnia estratégica e das ferramentas de análises e planificación do mercado de face a desenvolver estratexias exitosas para as empresas no mercado. | | | |

Competencias

Código

| | |
|-----|--|
| B1 | Capacidade de análise e síntese |
| B5 | Habilidades de comunicación oral e escrita |
| B9 | Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo |
| B13 | Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo |
| C6 | Posuér e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial |
| C14 | Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións |

Resultados de aprendizaxe

| Resultados previstos na materia | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---|---------------------------------------|
| Posuér coñecementos para elaborar plans e políticas na empresa. | C6 C14 |
| Capacidades de análises, comunicación, responsabilidade e compromiso. | B1 B5 B9 B13 C6 C14 |

Contidos

Tema

| |
|--|
| Tema 1. Concepto e contido da mercadotecnia |
| Tema 2. A planificación de mercadotecnia |
| Tema 3. Análise do mercado e os consumidores |
| Tema 4. A segmentación de mercados |

Planificación

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Sesión maxistral | 30 | 30 | 60 |

| | | | |
|---|----|----|----|
| Resolución de problemas e/ou exercicios | 15 | 15 | 30 |
| Titoría en grupo | 5 | 10 | 15 |
| Outras | 2 | 43 | 45 |

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

Metodoloxía docente

| | Descripción |
|---|--|
| Sesión maxistral | SESIÓN MAXISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo. Requírese a participación activa do alumnado na aula a través de exposicións, resolución de exercicios, debates e outras actividades. Recoméndase ao estudiante 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. |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EXERCICIOS Ou SIMILAR: Actividade na que se formulan problemas, casos prácticos e/ou exercicios relacionados coa materia. Ademais realizarase a exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou o grupo de estudiantes. Pode ser levada a cabo de forma individual ou en grupo. |
| Titoría en grupo | TITORÍA EN GRUPO. Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvo de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descripción |
|------------------|--|
| Titoría en grupo | Atenderanse as dúbihdas dos alumnos na materia |

Avaluación

| | Descripción | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---|---|---------------|---------------------------------------|
| Sesión maxistral | Pode ser obxecto de avaliación calquera actividad realizada na aula. | 10 | C6 C14 |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | Avalíase a adecuada capacidade do alumno de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos, o desempeño dentro dun equipo de traballo, o traballo autónomo e a comunicación oral e escrita, entre outros. Só poderanse entregar actividades nas datas e sesións establecidas. | 30 | B1 C6 B5 C14 |
| Outras | Unha vez finalizada a docencia presencial o alumno deberá realizar unha proba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test ou doutro tipo sobre aspectos concretos do contido da materia. | 60 | B1 C6 C14 |

Outros comentarios sobre a Avaluación

Para superar a materia requírese satisfacer dúas condicións: (1) obter unha puntuación mínima de 5 puntos no conxunto das probas a avaliar e (2) obter como mínimo 2 puntos sobre 6 en próba tipo test para sumar o resto das probas availables. A puntuación obtida pola participación así como a realización e entrega de todas aquellas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios, supostos, exposicións, memorias, etc), mantense nas convocatorias de maio e xullo do curso académico en vigor pero NON se gardará para cursos sucesivos. Os alumnos que non sigan a avaliación continua serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos que non necesariamente coincidirá coa do resto dos alumnos.

Considerarase que os alumnos que asistan a un 20% das prácticas están a realizar avaliación continua. DECÁLOGO DE BOAS PRÁCTICAS:

1. Puntualidade. Non se permitirá o acceso e saída a clase unha vez que o profesor entrase na aula.
2. Non está permitido facer uso de teléfonos móbiles, computadores portátiles ou similares durante as sesións de traballo. Estes deben estar desconectados.
3. Non está permitido comer nin beber (salvo auga) en clase.
4. É imprescindible asistir ás sesións de aula co material necesario (tales como manual, apuntamentos, enunciado da práctica, entre outros.)
5. O plaxio total ou parcial nas actividades entregadas levará a invalidación das mesmas.
6. É imprescindible coidar a gramática, redacción e ortografía das actividades entregadas. O incumprimento desta norma levará a invalidación das actividades.
7. Para a realización dos exames só se permite o uso de elementos de escritura e calculadora.

8. O alumno deberá presentarse ao exame debidamente identificado, co D.N.I ou pasaporte, non sendo válido ningún outro documento.

9. A revisión de exames terá lugar unicamente no horario e lugar establecido polo profesor.

En caso de incumprimento das normas anteriores, o profesor poderá adoptar as medidas que estime oportunas dentro da lexislación vixente.

As datas de exames deberán ser consultadas na Página web da Facultade:

<http://fccee.uvigo.es/calendario-exames-201415.html>

Bibliografía. Fontes de información

Armstrong, G.; Kotler, P.; Merino, M.J.; Pintado, T.; Juan, J.M., **Introducción al marketing**, 3^a, Pearson,

López, M.J., **Marketing estratégico**, 1^a, Pearson,

Santosmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J.; Pintado, T., **Fundamentos de marketing**, 1^a, Pirámide,

Santosmases, M., **Marketing. Conceptos y estrategias**, 6^a, Pirámide,

Estebar Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A., **Fundamentos de marketing**, 1^a, Esic,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Dirección comercial II/V03G020V01502

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Empresa: Xestión de empresas/V03G020V01203

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 requerir 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.
