



DATOS IDENTIFICATIVOS

Xestión Comercial e Marketing

Materia	Xestión Comercial e Marketing			
Código	V55M164V01106			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Administración de Empresas (MBA)			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	An
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Departamento do IESIDE (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Negreira del Río, Jesús			
Profesorado	Huertas Duque, Jesús Negreira del Río, Jesús Palomero de Páramo, Eugenio Luis Vez Vázquez, Juan Carlos			
Correo-e	jesus.negreira@ieside.edu			
Web	http://www.ieside.edu			
Descrición xeral	Esta materia proporcionará ao estudante unha visión global e estruturada da actividade comercial e de mercadotecnia, así como das oportunidades que ofrece á empresa baixo unha perspectiva que integre o mundo online e offline. Para iso, deberá analizar a información do mercado e da propia empresa e desenvolver en base a ela novas políticas comerciais e de mercadotecnia. Prestarase especial atención ao alcance da misión e funcións do Director/a de Vendas, así como a variables clave de xestión da Forza de Vendas como equipo humano.			

Competencias

Código	
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
B5	Tratar situacións complexas e impredecibles de forma sistemática, creativa e con xuízo crítico, tomando decisións con información incompleta e asumindo riscos.
C6	Elaborar o plan de marketing dunha compañía.
D9	Creatividade: Abordar e responder satisfactoriamente a situacións de forma nova e orixinal nun contexto dado.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Coñecer o alcance da misión e funcións do Director/a de Vendas, así como a variables clave de xestión da Forza de Vendas como equipo humano.	B5 C6
Comprender o rol a desenvolver polo vendedor na nova economía.	B5
Obter unha visión global e estruturada da actividade comercial e de mercadotecnia e as oportunidades que ofrece á empresa baixo unha perspectiva que integre o mundo online e offline.	B5 C6 D9
Ser capaces de analizar a información do mercado e da propia empresa e desenvolver en base a ela novas políticas comerciais e de mercadotecnia.	B5 C6 D9
Defender un Plan de Mercadotecnia ante directivos de empresa.	A4 C6 D9

Contidos

Tema

FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

A dirección de Mercadotecnia
 A análise da contorna e do mercado
 A fixación de obxectivos en Mercadotecnia
 Definición estratéxica de Mercadotecnia
 A definición operativa de Mercadotecnia
 Presuposta e Control

PLANIFICACIÓN COMERCIAL

A función comercial
 Planificación comercial
 Deseño e organización dunha rede comercial
 O Key Account Management e o Customer Relationship Management (CRM)
 O control dos resultados

XESTIÓN COMERCIAL

Selección de persoal
 Plan de formación
 Motivación do equipo
 Resolución de conflitos
 Estilos de comunicación
 Avaliación de desempeño

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	3	9	12
Resolución de problemas	4	16	20
Traballo tutelado	15	45	60
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	0	28	28
Presentacións/exposicións	1	2	3
Lección maxistral	24	0	24
Probas de tipo test	1	2	3

*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	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problema 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. Adóitase utilizar como complemento da lección maxistral.
Traballo tutelado	O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. Xeralmente trátase dunha actividade autónoma de/dos estudante/s que inclúe a procura e recollida de información, lectura e manexo de bibliografía, redacción...
Resolución de problemas e /ou exercicios de forma autónoma	Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver a análise e resolución dos problemas e/ou exercicios de forma autónoma.
Presentacións/exposicións	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo.
Lección maxistral	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.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	O profesor atenderá ás necesidades e consultas do estudante relacionadas coa análise de situacións vinculadas coa materia, proporcionándolle orientación, apoio e motivación no proceso de aprendizaxe.

Resolución de problemas	O estudante terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través da resolución de problemas e/ou exercicios e do control do traballo realizado.
Traballo tutelado	O profesor guiará e supervisará o traballo a realizar, así como a evolución de cada un dos estudantes. Liquidará as dúbidas que poidan xurdir, realizará preguntas específicas e fomentará o debate ao redor dos temas obxecto de análises.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Estudo de casos/análises de situacións	Proba en que se expón unha situación ou problemática xa dada ou que pode darse, partindo dos diferentes factores involucrados, a análise dos antecedentes, condicións, da situación, etc.	30	A4	B5	D9
Traballo tutelado	O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. Xeralmente trátase dunha actividade autónoma de/dos estudante/s que inclúe a procura e recollida de información, lectura e manexo de bibliografía, redacción...	60	A4	B5	C6 D9
Probas de tipo test	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadeiro/falso, elección múltiple, emparellamento de elementos...). Os alumnos seleccionan unha resposta entre un número limitado de posibilidades.	10		B5	C6

Outros comentarios sobre a Avaliación

A asistencia ás sesións presenciais é obrigatoria.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

AAKER, D. y JOACHIMSTHALER, E., **Liderazgo de Marca**, Deusto S.A. Ediciones, 2007

ARTAL CASTELLS, M., **Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores**, 10ª ed., ESIC Editorial, 2011

GARCÍA BOBADILLA, L.M., **+Ventas**, 3ª ed., ESIC Editorial, 2009

GRAVES, P., **¿Por qué consumimos?**, Empresa Activa, 2011

KOTLER, P.; LANE, K.; CÁMARA, D. y GRANDE, I., **Dirección de Marketing**, 12ª ed., Prentice Hall, 2006

RIES, A. y TROUT, J., **Las 22 Leyes Inmutables del Marketing**, McGraw-Hill, 1993

Bibliografía Complementaria

AAKER, D., **Construir Marcas Poderosas**, Gestión 2000, 1996

PERREAULT, W.D. y MCCARTHY, E.J., **Basic Management, A Global-Managerial Approach**, 15ª ed. revisada, McGraw-Hill, 2005

TROUT, J., **Diferenciarse o Morir**, McGraw-Hill, 2001

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Dirección de Empresas/V55M164V01112

Habilidades Directivas/V55M164V01111

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Xestión da Información/V55M164V01104

Xestión e Administración de RR. HH./V55M164V01107

Liderado/V55M164V01110

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Contorna Económico/V55M164V01101

Ferramentas para a Xestión/V55M164V01103

Outros comentarios

O estudante debe revisar diariamente a conta de correo de IESIDE, dado que os avisos e comunicacións faranse a esa conta.