



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial I

Materia	Dirección comercial I			
Código	V03G020V01403			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	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			
Correo-e	mjgarcia@uvigo.es			
Web				
Descrición 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 estratéxica e das ferramentas de análise e planificación do mercado que leva a desenvolver estratexias exitosas para as empresas no mercado.			

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

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	Posuír 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 previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Posuír 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. Introducción e contido da mercadotecnia
Tema 2. A planificación de mercadotecnia
Tema 3. O mercado e a demanda
Tema 4. A contorna e a xestión da información de mercadotecnia.
Tema 5. O comportamento do consumidor
Tema 6. A segmentación de mercados

## Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	30	0	30

Estudo de casos	20	53	73
Exame de preguntas obxectivas	2	45	47

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	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 estudante 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.
Estudo de casos	Realización de casos prácticos, exercicios de comprensión dos temas, traballos e exposicións relacionadas cos temas da materia.

### Atención personalizada

#### Metodoloxías Descrición

Estudo de casos Atención personalizada de problemas do alumnado ao levar á práctica os coñecementos teóricos.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Estudo de casos	Resolución de casos prácticos, exercicios de comprensión dos temas, traballos e exposicións relacionadas cos temas da materia (ningunha das probas superará por si mesma o 40% da cualificación).	60	B1 B5 B9 B13	C6 C14
Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test ou doutro tipo sobre aspectos concretos do contido da materia.	40	B1	C6 C14

### Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumnado poderá elixir ser avaliado mediante o sistema de avaliación continua ou por unha proba de avaliación global.

Para poder superar a materia por avaliación continua, hai que obter unha nota mínima de 1 punto sobre 4 no exame.

Para que se evalúen as prácticas é obrigatorio asistir á sesión correspondente á súa exposición e participar no debate de resolución.

A puntuación obtida en avaliación continua pola participación, así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios e exposicións), mantense na convocatorias ordinaria e extraordinaria do curso académico en vigor, pero NON se gardará para cursos sucesivos.

Se considerará que os alumnos que asistan a un 20% das prácticas están realizando avaliación continua, salvo que de forma expresa indiquen que se acollen a avaliación global. O prazo para renunciar á avaliación continua será até 15 días antes da data do exame.

As datas de exámes deberán ser consultadas na páxina web da Facultade "<http://fccee.uvigo.es>".

Os alumnos que non sigan a avaliación continua teñen a opción de avaliación global, na que serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos que non coincidirá coa de avaliación continua.

As datas e horas das probas de avaliación global (de primeira e segunda oportunidade) son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Facultade para o curso 2023/24. En caso de conflito ou disparidade entre as datas de exames, prevalecerán as publicadas na web da facultade, <http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>

Na convocatoria de Fin de carreira os alumnos serán avaliados mediante unha proba escrita valorada en 10 puntos.

Os estudantes que non participen nin na avaliación continua nin na Global, figurarán nas actas como "non presentados".

Recoméndase ao alumnado ter en conta o Título VII (\*Do uso de medios ilícitos), do Regulamento sobre a Avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado:

(<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa> )

A información sobre as titorías pódese consultar en Moovi.

---

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

#### **Bibliografía Básica**

Armstrong, G.; Kotler, P. ; Merino, M.J.; Pintado, T.; Juan, J.M., **Introducción al marketing**, 3ª, Pearson, 2011

Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J.; Pintado, T., **Fundamentos de marketing**, 1ª, Pirámide, 2009

#### **Bibliografía Complementaria**

López, M.J., **Marketing estratégico**, 1ª, Pearson, 2013

Santesmases, M., **Marketing. Conceptos y estrategias**, 6ª, Pirámide, 2012

Esteban Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A., **Fundamentos de marketing**, 1ª, Esic, 2013

---

### **Recomendacións**

#### **Materias que continúan o temario**

Dirección comercial II/V03G020V01502

---

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Empresa: Xestión de empresas/V03G020V01203

---

#### **Outros comentarios**

Achegarase ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo. Esta materia no PCGE Grao en Administración e Dirección de Empresas/Grao en Dereito impártese no segundo cuatrimestre do 3º curso e a profesora responsable é María de los Ángeles Pariente Ojea.