



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 Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Pita Castelo, Jose			
Correo-e	naraujo@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.			

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
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	
Adquirir coñecementos e dominio das ferramentas do programa de marketing da empresa	B1 B5 B13	
Aplicar e por en funcionamento estratexias comerciais de produto, tanto individualmente coma en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar e por en funcionamento estratexias comerciais de precio, tanto individualmente coma en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar e por en funcionamento estratexias comerciais de distribución, tanto individualmente coma en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar e por en funcionamento estratexias comerciais de comunicación, tanto individualmente coma en grupo	B1 B5 B9 B13	C14

Contidos

Tema	
TEMA 1. Proposición de valor da empresa e a súa tanxibilización no mix de marketing.	1.1 O valor en Marketing 1.2 Marketing mix
TEMA 2. A definición da oferta: produto e política de prezos.	2.1 Produto 2.2 Prezo
TEMA 3. Diferenciación da empresa no mercado: distribución e comunicación política	3.1 Distribución 3.2 Comunicación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	30	30	60
Estudo de casos	10	10	20
Presentación	1	1	2
Traballo tutelado	2	15	17
Exame de preguntas obxectivas	2	41	43

*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 bases teóricas ou/ou directrices do traballo, exercicios ou proxectos a desenvolver polo estudante
Estudo de casos	Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalo, etc., e penetrarse en procedementos alternativos de solución.
Presentación	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
Traballo tutelado	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
Traballo tutelado	O alumnado poderá solicitar titorías coa docente podendo así ser atendido de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico. Non forma parte da avaliación.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casos	Casos de estudo	10	B1 B5 B9 C14
Presentación	Presentacións en clase	20	B1 B5 B9 C14
Traballo tutelado	En grupos medianos	10	B1 B5 B13 C14
Exame de preguntas obxectivas	Realizaranse durante o curso 2 exames de elección múltiple, valendo cada un deles o 30% da nota.	60	B1 B5 B13 C14

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia por avaliación continua é necesario obter unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 na parte práctica da materia e unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 na parte teórica da materia.

Como alternativa ao sistema de avaliación continua, o alumnado poderá optar por ser avaliado mediante un exame final que suporá o 100% da nota, composto tamén por unha parte teórica e outra práctica. Deberá obter polo menos 5 puntos sobre 10 en cada unha das partes. Neste caso, deberán solicitar á profesora da materia a través do correo electrónico

(naraujo@uvigo.es) que se avalíe desta forma e renunciar á avaliación continua entre o 11 de setembro e o 11 de outubro de 2024. A profesora remitirá un acuse de recibo do correo electrónico e de aceptación do cambio no sistema de avaliación. Se o alumno non recibe un correo electrónico da profesora, a solicitude non será válida.

A puntuación obtida pola participación, así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios, supostos, parte teórica da materia), mantense nas convocatorias de xuño e xullo deste curso académico, pero non se garda para cursos posteriores.

Se o alumno non supera a materia en primeira convocatoria, poderá acudir á convocatoria extraordinaria. Os alumnos que renunciaren á avaliación continua realizarán un exame de dúas partes, teoría e práctica. Cada un deles valerá o 50% da nota e será necesario obter un mínimo de 5 puntos sobre 10 en cada parte para superar a materia. O alumnado que tivese seguido avaliación continua durante o curso deberá recuperar a/s parte/s non superada/s (teoría e/ou práctica) na convocatoria extraordinaria.

As datas e programas das probas de avaliación das distintas convocatorias son as especificados no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2024-25.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

Gonzalez Vazquez, E.; López Miguens, M.J.; y Otero Neira, C., **Manual Practico de Marketing**, 2014,

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/O04G020V01403

Outros comentarios

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