



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial I

Asignatura	Dirección comercial I			
Código	V03G020V01403			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	García Rodríguez, María José			
Profesorado	García Rodríguez, María José Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	mjgarcia@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia conecta al alumno con aspectos del marketing básicos para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa. En concreto, la asignatura Dirección Comercial 1 pretende ahondar en el estudio del marketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado de cara a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado.			

## Competencias

Código	
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B9	Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
C14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Poseer conocimientos para elaborar planes y políticas en la empresa.		C6 C14
Capacidades de análisis, comunicación, responsabilidad y compromiso.	B1 B5 B9 B13	C6 C14

## Contenidos

Tema
Tema 1. Concepto y contenido del marketing
Tema 2. La planificación de marketing
Tema 3. Análisis del mercado y los consumidores
Tema 4. La segmentación de mercados

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	30	60
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	15	30

Tutoría en grupo	5	10	15
Otras	2	43	45

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Sesión magistral	SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. Se requiere la participación activa del alumnado en el aula a través de exposiciones, resolución de ejercicios, debates y otras actividades. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones.
Resolución de problemas y/o ejercicios	RESOLUCION DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EJERCICIOS O SIMILAR: Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos y/o ejercicios relacionados con la materia. Además se realizará la exposición por parte del alumnado ante el docente y/o el grupo de estudiantes. Puede ser llevada a cabo de forma individual o en grupo.
Tutoría en grupo	TUTORÍA EN GRUPO. Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Se atenderán las dudas de los alumnos en la asignatura

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Sesión magistral	Puede ser objeto de evaluación cualquier lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario realizado en el aula. Asimismo, se valorarán aquellos alumnos con una mayor implicación en la materia.	10	C6 C14
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se evalúa la adecuada capacidad del alumno de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, el desempeño dentro de un equipo de trabajo, el trabajo autónomo y la comunicación oral y escrita, entre otros. Solo se podrán entregar actividades en las fechas y sesiones establecidas.	30	B1 B5 C6 C14
Otras	Una vez finalizada la docencia presencial el alumno deberá realizar una prueba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test o de otro tipo sobre aspectos concretos del contenido de la materia.	60	B1 C6 C14

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

Para superar la asignatura se requiere satisfacer dos condiciones: (1) obtener una puntuación mínima de 5 puntos en el conjunto de las pruebas a evaluar y (2) obtener como mínimo 2 puntos sobre 6 en la prueba tipo test para sumar el resto de las pruebas evaluables. La puntuación obtenida por la participación así como la realización y entrega de todas aquellas tareas establecidas por el profesor (casos, ejercicios, supuestos, exposiciones, memorias, []), se mantiene en la convocatorias de mayo y julio del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos. Los alumnos que no sigan la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos. Se considerará que los alumnos que asistan a un 20% de las prácticas están realizando evaluación continua. DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS:

1. Puntualidad. No se permitirá el acceso y salida a clase una vez que el profesor haya entrado en el aula.
2. No está permitido hacer uso de teléfonos móviles, ordenadores portátiles o similares durante las sesiones de trabajo. Éstos deben estar desconectados.
3. No está permitido comer ni beber (salvo agua) en clase.
4. Es imprescindible asistir a las sesiones de aula con el material necesario (tales como manual, apuntes, enunciado de la práctica, entre otros.)
5. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas.
6. Es imprescindible cuidar la gramática, redacción y ortografía de las actividades entregadas. El incumplimiento de esta norma conllevará la invalidación de las actividades.
7. Para la realización de los exámenes sólo se permite el uso de elementos de escritura y calculadora.

8. El alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento.

9. La revisión de exámenes tendrá lugar únicamente en el horario y lugar establecido por el profesor.

En caso de incumplimiento de las normas anteriores, el profesor podrá adoptar las medidas que estime oportunas dentro de la legislación vigente.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad:

<http://fccee.uvigo.es/calendario-exames-201718.html>

---

### **Fuentes de información**

#### **Bibliografía Básica**

#### **Bibliografía Complementaria**

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

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

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

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

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

---

### **Recomendaciones**

#### **Asignaturas que continúan el temario**

Dirección comercial II/V03G020V01502

---

#### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Empresa: Gestión de empresas/V03G020V01203

---

### **Otros comentarios**

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

Esta materia en el PCGE Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho se imparte en el segundo cuatrimestre del 3º curso y la profesora responsable es Ana Isabel Martínez Senra.

---