



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			
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	C6
	B5	C14
	B9	
	B13	

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
Lección magistral	30	0	30
Estudio de casos	20	53	73
Examen de preguntas objetivas	2	45	47

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

Metodologías	
	Descripción
Lección magistral	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.
Estudio de casos	Realización de casos prácticos, ejercicios de comprensión de los temas, trabajos y exposiciones relacionadas con los temas de la asignatura.

Atención personalizada

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Estudio de casos	Resolución de casos prácticos, ejercicios de comprensión de los temas, trabajos y exposiciones relacionadas con los temas de la asignatura.	50	B1 B5 B9 B13	C6 C14
Examen de preguntas objetivas	Prueba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test o de otro tipo sobre aspectos concretos del contenido de la materia.	50	B1	C6 C14

Otros comentarios sobre la Evaluación

La puntuación obtenida por la participación, así como la realización y entrega de todas aquellas tareas establecidas por el profesor (casos, ejercicios, exposiciones, etc.), se mantiene en la convocatorias ordinaria y extraordinaria 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, salvo que de forma expresa indiquen que se acogen a evaluación no continua. El plazo para renunciar a la evaluación continua será hasta 15 días antes de la fecha del examen.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad "<http://fccee.uvigo.es>".

En la convocatoria de fin de carrera los alumnos serán evaluados mediante una prueba escrita valorada en 10 puntos.

Fuentes 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

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Dirección comercial II/V03G020V01502

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Gestión de empresas/V03G020V01203

Otros comentarios

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 María de los Ángeles Pariente Ojea.

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===

* Metodologías docentes que se mantienen: todas

* Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías): correo electrónico.

* Modificaciones (si proceden) de los contenidos a impartir: no.

=== ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN ===

* Valoraciones que se modifican

Estudio de casos: nueva valoración 80% (antes 50%)

Examen de preguntas objetivas: nueva valoración 20% (antes 50%)

Alumnos no continua: EXAMEN ORAL on line (100%)

Convocatoria de Fin de carrera: EXAMEN ORAL on line (100%)
