



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.			

Competencias

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 de aprendizaxe

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

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.	50	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.	50	B1	C6 C14

Outros comentarios sobre a Avaliación

No exame de avaliación continua hai que obter unha nota mínima de 1,5 puntos sobre 5 para poder superar a materia.

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

A puntuación obtida 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.

Os alumnos que non sigan a avaliación continua serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos que non necesariamente coincidirá coa do resto dos alumnos.

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 non continua. O prazo para renunciar á avaliación continua será até 15 días antes da data do exame.

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

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

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 recomienda 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 cuadrimestre do 3º curso e a profesora responsable é María de los Ángeles Pariente Ojea.
