



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial I

Materia	Dirección comercial I			
Código	V03G720V01324			
Titulación	PCEO Grao en Administración e Dirección de Empresas/Grao en Dereito			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Pariente Ojea, Ángeles			
Profesorado	Pariente Ojea, Ángeles			
Correo-e	angeles.pariente@a2laboratoriodeideas.com			
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

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Posuír coñecementos para elaborar plans e políticas na empresa.	
Capacidade de análises, comunicación, responsabilidade e compromiso.	

Contidos

Tema
Tema 1. Concepto e contido da mercadotecnia
Tema 2. A planificación de mercadotecnia
Tema 3. Análise do mercado e os consumidores
Tema 4. 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	
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	

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

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 exámenes 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 recomenda ter cursado previamente

Empresa: Xestión de empresas/V03G020V01203

Outros comentarios

Achegarse 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.

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou

parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

* Metodoloxías docentes que se manteñen: todas

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (titorías): correo electrónico.

* Modificacións (si proceden) dos contidos a impartir: non.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

* Valoracións que se modifican

Estudo de casos: nova valoración 80% (antes 50%)

Exame de preguntas obxectivas: nova valoración 20% (antes 50%)

Alumnos non continua: EXAME ORAL en liña (100%)

Convocatoria de Fin de carreira: EXAME ORAL en liña (100%)
