



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Mercadotecnia sectorial

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                           |        |       |              |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Mercadotecnia sectorial                                                                                                                                                                                                                                   |        |       |              |
| Código                | V03G020V01910                                                                                                                                                                                                                                             |        |       |              |
| Titulación            | Grao en Administración e Dirección de Empresas                                                                                                                                                                                                            |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                                                                                                                                                                             | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6                                                                                                                                                                                                                                                         | OP     | 4     | 1c           |
| 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      | Esta materia identifica distintos campos de actividade nos que se requiren prácticas diferenciais de marketing adaptadas ás características particulares de comercialización. Estudo das estratexias de marketing adecuadas para estes tipos de empresas. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                    |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                    |
| B1     | Capacidade de análise e síntese                                                                                                                                                    |
| B2     | Pensamento crítico e autocrítico                                                                                                                                                   |
| B5     | Habilidades de comunicación oral e escrita                                                                                                                                         |
| B8     | Comunicarse con fluidez no seu entorno, incluíndo competencias interpersoais de escoita activa, negociación, persuasión e presentación                                             |
| B9     | Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo                                                                                                                       |
| B10    | Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados                                                                                                  |
| B11    | Redactar proxectos de xestión global ou de áreas funcionais da empresa                                                                                                             |
| B13    | Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo                                                                                                                                      |
| B14    | Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado                                                                         |
| C5     | Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o seu entorno avaliando a súa repercusión na estratexia, comportamento, xestión e sustentabilidade empresarial |
| C6     | Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial                                                                     |
| C7     | Posuír e comprender coñecementos sobre as principais técnicas instrumentais aplicadas ao ámbito empresarial                                                                        |
| C9     | Identificar a xeneralidade dos problemas económicos que se suscitan nas empresas, e saber utilizar os principais instrumentos existentes para a súa resolución                     |
| C10    | Valorar, a partir dos rexistros relevantes de información, a situación e previsible evolución dunha empresa                                                                        |
| C13    | Mobilidade e adaptabilidade a entornos e situacións diferentes                                                                                                                     |
| C14    | Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións                                                                                                    |
| C16    | Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante                                                                               |
| D1     | Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial                                              |
| D3     | Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos                                                                                                                              |
| D4     | Compromiso ético no traballo                                                                                                                                                       |
| D5     | Motivación pola calidade e mellora continua                                                                                                                                        |

## Resultados de aprendizaxe

|                                 |                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|---------------------------------------|

|                                                                                                                                                   |     |     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|----|
| Comprensión e coñecemento dos conceptos e el contido actual de las distintas aplicacións de mercadotecnia sectorial e o seu papel en las empresas | B1  | C5  | D1 |
|                                                                                                                                                   | B2  | C6  | D3 |
|                                                                                                                                                   | B5  | C7  | D4 |
|                                                                                                                                                   | B9  | C9  |    |
|                                                                                                                                                   | B13 |     |    |
| Capacidade de aplicación dos conceptos del mercadotecnia sectorial en casos de empresas                                                           | B1  | C9  | D1 |
|                                                                                                                                                   | B2  | C10 | D3 |
|                                                                                                                                                   | B5  | C13 | D4 |
|                                                                                                                                                   | B8  | C14 | D5 |
|                                                                                                                                                   | B9  | C16 |    |
|                                                                                                                                                   | B10 |     |    |
|                                                                                                                                                   | B11 |     |    |
|                                                                                                                                                   | B13 |     |    |
|                                                                                                                                                   | B14 |     |    |

## Contidos

### Tema

1. Mercadotecnia de servizos
  - 1.1. Mercadotecnia turística
  - 1.2. Mercadotecnia bancaria
  - 1.3. Mercadotecnia sanitaria
2. Mercadotecnia industrial
3. Mercadotecnia non lucrativa
  - 3.1. Mercadotecnia social
  - 3.2. Mercadotecnia política
  - 3.3. Mercadotecnia pública

## Planificación

|                               | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral             | 19.5          | 0                  | 19.5         |
| Seminario                     | 5             | 0                  | 5            |
| Prácticas de laboratorio      | 22.5          | 18                 | 40.5         |
| Estudo de casos               | 0             | 14.5               | 14.5         |
| Presentación                  | 0             | 10                 | 10           |
| Actividades introdutorias     | 1.5           | 0                  | 1.5          |
| Traballo                      | 0             | 27.5               | 27.5         |
| Exame de preguntas obxectivas | 1.5           | 30                 | 31.5         |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

|                           | Descrición                                                                                                                                   |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lección maxistral         | Exposición dos contidos da materia coa participación do alumnado.                                                                            |
| Seminario                 | Primeiras sesións de traballo para explicar a forma de elaboración e exposición dos traballos e para formar e pór en marcha os grupos.       |
| Prácticas de laboratorio  | Resolución de casos prácticos e exercicios relacionados cos contidos da materia. Traballo en grupo. Exposición de traballos sobre a materia. |
| Estudo de casos           | Realización de traballos sobre as aplicacións sectoriais da mercadotecnia.                                                                   |
| Presentación              | Realización das exposicións dos traballos presentados.                                                                                       |
| Actividades introdutorias | Presentación da materia cos seus contidos básicos e planificación do traballo do curso.                                                      |

## Atención personalizada

| Metodoloxías             | Descrición                                               |
|--------------------------|----------------------------------------------------------|
| Seminario                | Atenderanse as dúbidas dos alumnos na materia            |
| Prácticas de laboratorio | Realizaranse aplicacións prácticas do contido da materia |

## Avaliación

| Descrición | Cualificación Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|------------|-----------------------------------------------------|
|------------|-----------------------------------------------------|

|                               |                                                                            |    |                                           |                                |                      |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Prácticas de laboratorio      | Asistencia, participación e desenvolvemento dos casos prácticos nas clases | 10 | B1<br>B2<br>B5<br>B9<br>B11<br>B14        | C9<br>C10<br>C13<br>C14<br>C16 | D1<br>D3<br>D4       |
| Estudo de casos               | Elaboración de traballos prácticos                                         | 10 | B1<br>B2<br>B5<br>B9<br>B11<br>B13<br>B14 | C9<br>C10<br>C13<br>C14<br>C16 | D1<br>D3<br>D4<br>D5 |
| Presentación                  | Exposición de traballos prácticos                                          | 15 | B1<br>B5<br>B8<br>B10                     |                                |                      |
| Traballo                      | Entrega e exposición de traballos teóricos da materia.                     | 25 | B1<br>B5<br>B9<br>B13                     | C9<br>C14<br>C16               | D1<br>D3<br>D4<br>D5 |
| Exame de preguntas obxectivas | Exame sobre os contidos da materia                                         | 40 | B5                                        | C5<br>C6<br>C7                 |                      |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Non se avaliarán os traballos aos alumnos que non os expoñan en clase na data prevista no calendario da materia. Cando sexa por causa xustificada poderán realizar outro traballo asignado polo profesor que exporán segundo o calendario da materia.

Os alumnos que non poidan seguir a avaliación continua serán examinados mediante unha proba escrita de todo o contido da materia valorada sobre 10 puntos que non necesariamente coincidirá coa do resto dos alumnos. As datas de exames deberán ser consultadas na Páxina web da Facultade [http:// fccee.uvigo.es](http://fccee.uvigo.es). Na convocatoria de fin de carreira os alumnos serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos.

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

Aguirre García, M.S. (coord), **Marketing en sectores específicos**, Pirámide, 2000

Cubillo, J.M.; Blanco, A., **Estrategias de marketing sectorial**, ESIC, 2014

#### Bibliografía Complementaria

Grande Esteban, Ildefonso, **Marketing de los servicios**, ESIC, 2005

Barranco Saiz, F.J., **Marketing político y electoral**, Pirámide, 2012

Mesonero, M.; Alcaide, J.C., **Marketing Industrial**, ESIC, 2012

Rufín, R.; Medina, C., **Marketing público. Investigación, aplicaciones y estrategia**, ESIC, 2012

Balas Lara, M., **Marketing. La gestión de la comunicación en el tercer sector. Cómo mejorar la imagen de las ONGs.**, ESIC, 2012

### Recomendacións

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Dirección comercial II/V03G020V01502