



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial II

Asignatura	Dirección comercial II			
Código	V03G020V01502			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	#EnglishFriendly Castellano Gallego Inglés			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen Pariente Ojea, María de los Ángeles			
Profesorado	Otero Neira, María del Carmen Pariente Ojea, María de los Ángeles			
Correo-e	cachu@uvigo.es maria.angeles.pariente.ojea@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia pretende proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para diseñar y desarrollar un programa de marketing y capacitarle para la toma de decisiones comerciales. En concreto, la asignatura de dirección comercial II pretende profundizar en el conocimiento y puesta en práctica de las estrategias operativas de marketing: producto, precio, comunicación y distribución. Los/as estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: a) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, b) atender las tutorías en inglés, c) pruebas y evaluaciones en inglés.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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
C14	Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos y dominio de las herramientas del programa de marketing de la empresa	B1 B5 B13	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de producto , tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de precio, tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14

Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de comunicación , tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de distribución , tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14

Contenidos

Tema		
TEMA 1. Propuesta de valor de la empresa y su tangibilización en el mix de marketing	1.1 Valor en Marketing y Propuesta de Valor 1.2 Marketing Mix	
TEMA 2. Definición de la oferta: producto y política de precios	2.1 Producto 2.2 Precio	
TEMA 3. Diferenciación de la empresa en el mercado: políticas de distribución y comunicación	3.1 Comunicación 3.2 Distribución	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	10	5	15
Presentación	5	20	25
Resolución de problemas	20	5	25
Aprendizaje basado en proyectos	6	20	26
Portafolio/dossier	6	5	11
Seminario	2	3	5
Examen de preguntas objetivas	3	40	43

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Se requiere la asistencia y 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.
Presentación	Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.
Resolución de problemas	Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos, proyectos de aprendizaje y/o ejercicios relacionados con la materia. En unos casos el alumnado debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante el ejercicios de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. En otros, se trata de una actividad de los estudiantes que incluye la búsqueda y recopilación de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción, aplicación de los conocimientos y habilidades en proyectos colaborativos en grupos interdisciplinarios, etc. 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.
Aprendizaje basado en proyectos	Realización de actividades que permiten la cooperación de varias asignaturas y enfrentan a los alumnos/as, trabajando en equipo (que pueden ser colaborativos e interdisciplinarios), a problemas abiertos. Permiten entrenar, entre otras, las capacidades de aprendizaje en cooperación, de liderazgo, de organización, de comunicación y de fortalecimiento de las relaciones personales.
Portafolio/dossier	Recopilación del trabajo del/la estudiante con el objetivo de demostrar sus esfuerzos, progresos y logros en un área.
Seminario	Entrevistas que el alumnado mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje. El horario y procedimiento de tutorías se indica en la plataforma educativa Moovi.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.

Resolución de problemas	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Presentación	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.
Aprendizaje basado en proyectos	Tiempo dedicado a la resolución de problemas y dudas. Encuentros del profesorado y el alumnado en el aula y/o tutorías individualizadas en despacho.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Presentación	Presentaciones o exposiciones por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se pueden llevar a cabo de manera individual o en grupo. Las presentaciones tendrán lugar en las fechas y sesiones establecidas. Prueba no recuperable.	20	B1 B5 B9 B13	C14
Resolución de problemas	Se evalúa la adecuada capacidad del alumnado 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. Prueba no recuperable	10	B1 B5 B9 B13	C14
Aprendizaje basado en proyectos	Se evalúa la capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos en las sesiones teórico-prácticas a un proyecto global (real o ficticio), así como el trabajo en equipo, la presentación y el contenido. Solo se podrán entregar actividades en las fechas y sesiones establecidas Prueba no recuperable.	20	B5 B9	C14
Portafolio/dossier	se evalúa la idoneidad del material entregado en relación con las indicaciones de la tarea asignada. Actividades de trabajo y recogida en la sesión de aula. Solo se podrán entregar actividades en las fechas y sesiones establecidas Prueba no recuperable.	10	B1	C14
Examen de preguntas objetivas	Prueba/s para la evaluación de competencias adquiridas tanto en la parte teórica como práctica de la materia. Podrá incluir preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, etc.), así como preguntas cortas, numéricas o de ensayo. Los alumnos seleccionan una/s respuesta/s entre un número limitado de posibilidades y/o responderán a cuestiones, ensayos o ejercicios que se le planteen. Las respuestas erróneas penalizan. Se podrá solicitar al alumnado incluir un PDF como prueba del ejercicio/s o tarea realizada. Se podrán hacer pruebas parciales a lo largo del semestre. Formará parte del contenido de la asignatura, y por tanto estará sujeto a evaluación, además del contenido teórico del manual y los ejercicios, toda lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario indicado o realizado por los profesores en el aula, tanto en horas de teoría como de práctica.	40	B13	

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 5 puntos en el examen final (puntuado sobre 10), 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 u otros), se mantiene en la primera y la segunda oportunidad del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos. Igualmente, en la convocatoria fin de carrera el examen supondrá el 100% de la nota.

El estudiantado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de evaluación continua (EC), o alternatively optar por una prueba de Evaluación Global (EG). La evaluación por defecto es la EC. El alumnado podrá elegir EG según el procedimiento y el plazo establecido por el centro. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya se hayan realizado.

En caso de no renunciar a la evaluación continua se considerará que el alumnado se ha presentado a la evaluación continua cuando se haya presentado a alguna de las pruebas/actividades de evaluación de esta modalidad.

El estudiante que no siga la evaluación continua deberá indicarlo ANTES de un mes desde el inicio del cuatrimestre, y será examinado mediante una prueba global escrita (o alternatively, si fuese preciso, oral) valorada sobre 10 puntos, que no tiene por qué coincidir con la prueba de aquellos estudiantes que sigan la evaluación continua. En dicha prueba se evalúa tanto los contenidos teóricos como prácticos de la materia, así como la capacidad crítica del alumnado.

Los estudiantes que no participen en la EC ni en la EG, figurarán en las actas como [no presentados].

Las fechas y horas de las pruebas de EG (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Facultade para el curso 2023/24. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de exámenes, prevalecerán las publicadas en la web de la facultad, <http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>.

Se recomienda al alumnado tener en cuenta el Título VII (Do uso de medios ilícitos), del Regulamento sobre a Avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Carmen Otero (coordinadora), **Dirección Comercial 2**, Pearson, 2013

Gonzalez Vazquez, E.; López Miguens, M.J.; y Otero Neira, C. (coord.), **Manual Practico de Márketing**, Pearson, 2014

Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 17 edición, Pearson, 2018

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, **Dirección de Marketing**, 15 edición, Pearson, 2016

Kotler, P & Keller, K.L., **Marketing Management**, 15 edición, Pearson, 2016

Miguel Santesmases Mestre, **Fundamentos de marketing**, 2 edición, Pirámide, 2018

Bibliografía Complementaria

Gonzalez E. y Alen, E. (coord.), **Casos de dirección de marketing**, Pearson, 2005

Kotler, P.; Armstrong, G., **Fundamentos de marketing**, 13 edición, Pearson, 2017

Working Material, **Plataforma Educativa Univesidad de Vigo**,

Kotler, P., **MARKETING 5.0: TECNOLOGIA PARA LA HUMANIDAD**, ALMUZARA - 9788418709876, 2021

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Investigación comercial/V03G020V01701

Marketing responsable/V03G020V01930

Marketing sectorial/V03G020V01910

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Otros comentarios

Esta guía anticipa los principios y metodologías de aprendizaje para el desarrollo de la asignatura y se concibe de forma flexible. Los datos que aparecen en esta guía y en sus metodologías de planificación y educación son orientativos y podrán ajustarse en función de la heterogeneidad de los grupos y de los estudiantes así como de circunstancias que puedan surgir. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovido por la dinámica de la clase y del grupo, o por la importancia de las situaciones que pudieran surgir.

El profesorado ofrecerá a los estudiantes la información y material que sea necesario para la realización de las actividades propuestas a través de la plataforma educativa de la Universidade de Vigo (MOOVI), así como las pautas concretas en cada momento del proceso formativo.

Esta materia en el PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas-Grado en Derecho se imparte en el 1º cuatrimestre de 4º curso y el docente responsable será Dña. Mª Carmen Otero Neira.