



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial II

Materia	Dirección comercial II			
Código	V03G720V01415			
Titulación	PCEO Grao en Administración e Dirección de Empresas/Grao en Dereito			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia pretende proporcionar ao alumno os coñecementos necesarios para deseñar e desenvolver un programa de mercadotecnia e capacitarlle para a toma de decisións comerciais. En concreto, a materia de dirección comercial II pretende profundar no coñecemento e posta en práctica das estratexias operativas de mercadotecnia produto, prezo, comunicación e distribución. Os/as estudantes internacionais poderán solicitar ao profesorado: a) materiais e referencias bibliográficas para o seguimento da materia en inglés, b) atender as tutorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés. A oferta da materia con carácter English Friendly só aplícase á titulación dobre grao ADE/Dereito.			

Competencias

Código

Resultados de aprendizaxe

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

Adquirir coñecementos e dominio das ferramentas do programa de marketing da empresa

Aplicar e implementar estratexias de negocio de produto , tanto individualmente como en grupo

Aplicar e implementar estratexias de negocio de prezo , tanto individualmente como en grupo

Aplicar e implementar estratexias de negocio de comunicación , tanto individualmente como en grupos

Aplicar e implementar a distribución de estratexias de negocio , tanto individualmente como en grupo

Contidos

Tema	
TEMA 1.	1.1 O valor en Marketing
Proposición de valor da empresa e a súa tangibilización no mix de marketing	1.2 Marketing mix
TEMA 2. A definición da oferta: produto e política de prezos	2.1 Produto
	2.2 Prezo
TEMA 3. Diferenciación da empresa no mercado: distribución e comunicación política	3.1 Distribución
	3.2 Comunicación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	15	0	15
Presentación	15	30	45
Resolución de problemas	15	10	25
Seminario	5	15	20
Exame de preguntas obxectivas	6	39	45

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Requírese a asistencia e 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.
Presentación	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo.
Resolución de problemas	Actividade na que se formulan problemas, casos prácticos, proxectos de aprendizaxe e/ou exercicios relacionados coa materia. Nuns casos o alumnado debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas mediante os exercicios de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados. Noutros, trátase dunha actividade dos estudantes que inclúe a procura e recompilación de información, lectura e manexo de bibliografía, redacción, aplicación dos coñecementos e habilidades en proxectos colaborativos en grupos interdisciplinares, etc. Ademais realizarase a exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou o grupo de estudantes. Pode ser levada a cabo de forma individual ou en grupo.
Seminario	Entrevistas que o alumnado mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvo de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Tempo dedicado á resolución de problemas de materia en un modo de grupo; reunións de profesor e alumno na clase.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Presentación	Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo. Proba non recuperable.	15	
Resolución de problemas	Avalíase a adecuada capacidade do alumnado de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos, o desempeño dentro dun equipo de traballo, o traballo autónomo e a comunicación oral e escrita, entre outros. Só poderanse entregar actividades nas datas e sesións establecidas. Proba non recuperable	15	
Exame de preguntas obxectivas	Proba/s para a avaliación de competencias adquiridas tanto na parte teórica como práctica da materia. Inclúe/n preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadeiro/falso, elección múltiple,...). Os alumnos seleccionan unha/s resposta/s entre un número limitado de posibilidades. As respostas erróneas penalizan. Poderanse facer probas parciais ao longo do semestre. Formará parte do contido da materia, e por tanto, estará suxeito a avaliación, toda lectura, actividade, caso, material audiovisual, páxina web, traballo ou comentario realizado polos profesores na aula, tanto en horas de teoría como de práctica.	70	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia requírese satisfacer dúas condicións:(1) obter unha puntuación mínima de 5 puntos no conxunto das probas a avaliar e;(2) obter como mínimo 4,5 puntos no exame final (puntuado sobre 10), para sumar o resto das probas avaliadas;A puntuación obtida pola participación así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios, supostos, exposicións, memorias, []), mantense nas convocatorias de xuño e xullo do curso

académico en vigor pero NON se gardará para cursos sucesivos. O alumno/a que non siga a avaliación continua deberá indicalo antes da realización da segunda sesión de prácticas e serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos, que non ten por que coincidir coa proba daqueles alumnos que sigan a avaliación continua. En devandita proba avalíase tanto os contidos teóricos como prácticos da materia. Na convocatoria fin de carreira o exame suporá o 100% da nota. DECÁLOGO DE BOAS PRÁCTICAS: 1. Puntualidade. Non se permitirá o acceso e saída a clase unha vez que o profesor entre na aula. 2. Non está permitido facer uso de teléfonos móbiles, computadores portátiles ou similares durante as sesións de traballo. Estes deben estar desconectados. 3. Non está permitido comer nin beber (salvo auga) en clase. 4. É imprescindible asistir ás sesións de aula co material necesario (tales como manual, apuntamentos, enunciado da práctica, entre outros.) 5. O plaxio total ou parcial nas actividades entregadas levará a invalidación das mesmas. 6. É imprescindible coidar a gramática, redacción e ortografía das actividades entregadas. O incumprimento desta norma levará a invalidación das actividades. 7. Para a realización dos exames só permítese o uso de elementos de escritura e calculadora. 8. O alumno deberá presentarse ao exame debidamente identificado, co D.N.I ou pasaporte, non sendo válido ningún outro documento. 9. Todos os exames deberán ser entregados á súa finalización e baixo ningún concepto serán sacados fose da aula. 10. A revisión de exames terá lugar unicamente no horario e lugar establecido polo profesor. En caso de incumprimento das normas anteriores, o profesor poderá adoptar as medidas que estime oportunas dentro de a lexislación vixente. As datas de exames deberán ser consultadas na Páxina web da Facultade: <http://fccee.uvigo.es>

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

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

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

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

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

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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Investigación comercial/V03G020V01701

Mercadotecnia responsable/V03G020V01930

Mercadotecnia sectorial/V03G020V01910

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Outros comentarios

Achegarse ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

Esta materia no PCEO Grao en Administración e Dirección de Empresas-Grao en Dereito impártese no 1º cuatrimestre de 4º curso e o docente responsable será Dña. Mª Carmen Otero Neira.