



DATOS IDENTIFICATIVOS

Dirección comercial I

Materia	Dirección comercial I			
Código	004G020V01403			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Profesorado	Alén González, María Elisa Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	loroco@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia conecta ao estudante con aspectos do marketing básicos para coñecer e entender o mercado e os consumidores dunha empresa. En concreto, a asignatura Dirección Comercial I pretende afondar no estudo do marketing estratéxico e das ferramentas de análise e planificación do mercado de cara a desenvolver estratexias de éxito para as empresas no mercado. Materia do programa English Friendly. Os/ as estudantes internacionais poderán solicitar ao profesorado: a) materiais e referencias bibliográficas para o seguimento da materia en inglés, b) atender as titorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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 previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Ter os coñecementos, sobre o contido actual da mercadotecnia e o seu papel nas organizacións, para así poder elaborar plans e políticas na empresa	C6	C14
Capacidade de análise, comunicación, responsabilidade e compromiso	B1 B5 B9 B13	C6 C14

Contidos

Tema	
Tema 1. Introducción e contido da mercadotecnia	1.1. Definición e concepto de mercadotecnia 1.2. O enfoque do cliente e a xestión da súa lealdade 1.3 Mercadotecnia en áreas especiais
Tema 2. A planificación de mercadotecnia	2.1. O plan estratéxico de mercadotecnia 2.2. As estratexias de mercadotecnia
Tema 3. O mercado e a demanda	3.1. Definición do concepto de mercado. Determinantes da demanda 3.2. Medición e previsión da demanda

Tema 4. Entorno e xestión da información de marketing	4.1 Introducción 4.2. SIM 4.3. Investigación de mercadotecnia
Tema 5. O Comportamento de compra do consumidor	5.1 Concepto 5.2 Factores de influencia 5.3 Proceso de decisión de compra
Tema 6. A segmentación de mercados e o posicionamento	6.1. A segmentación 6.2. Proceso e estratexias de segmentación 6.3. Posicionamento

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	30	30	60
Resolución de problemas	15	15	30
Seminario	5	10	15
Exame de preguntas obxectivas	2	43	45

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	SESION MAXISTRAL PARTICIPATIVA. Exposición por parte do docente dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante. Require a participación activa do alumnado na aula a través de exposicións, resolucións de exercicios, debates e outras actividades. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo docente e que consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacións.
Resolución de problemas	RESOLUCION DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EXERCICIOS OU SIMILAR: Actividade na que se formulan problemas, casos prácticos e/ou exercicios relacionados coa materia. Ademais realizarase a exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou o grupo de estudantes. Pode ser llevada a cabo de forma individual ou en grupo.
Seminario	TITORÍA EN GRUPO. Entrevistas que o alumno mantén co profesorado da materia para asesoramento/desenvolvemento de actividades da materia e do proceso de aprendizaxe.

Atención personalizada

Metodoloxías

Descrición	
Seminario	Resolveranse as dúbidas plantexadas polos estudantes, previamente concertadas por correo electrónico.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Explicación con participación activa do estudantado	1	C6 C14
Resolución de problemas	Resolución de casos, exercicios de comprensión, traballos e exposicións. Avaliase a capacidade do estudante para 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. So se poderán entregar actividades nas datas e sesións establecidas. Ningunha das probas ou actividades que compoñen as distintas tarefas da AC van supor por si mesmas máis do 40% da cualificación final da materia.	59	B1 B5 B9 B13 C6 C14
Exame de preguntas obxectivas	Unha vez finalizada a docencia presencial, o alumno deberá realizar unha proba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test ou de outro tipo sobre aspectos concretos do contido da materia.	40	B1 C6 C14

Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumnado poderá elixir ser avaliado mediante o sistema de Avaliación Continua (AC) ou, alternativamente optar por unha proba de Avaliación Global (AG). A avaliación preferente é a AC. O alumnado poderá elixir AG segundo o procedemento e o prazo establecido polo centro. A elección de AG supón a renuncia ao dereito de seguir avaliándose mediante as actividades de AC que resten e á calificación obtida ata ese momento en calquera das probas que xa se tiveran realizado.

AVALIACION CONTINUA (AC)

- Faranse varios exercicios e casos ligados ás aulas. Ningunha das probas ou actividades que compoñen as distintas tarefas da AC van supor por si mesmas máis do 40% da cualificación final da materia.
- A nota final do curso (para primeira oportunidade) será a suma da nota obtida nas probas de avaliación realizadas ao

longo do cuadrimestre (cunha ponderación do 60% sobre o total), e da nota obtida nunha última proba que coincidirá coas datas da AG (cunha ponderación do 40% do total).

- A nota final do curso (no caso de segunda oportunidade) será a suma da nota obtida nas probas de avaliación realizadas ao longo do cuadrimestre (cunha ponderación do 60% sobre o total), e da nota obtida nunha última proba que coincidirá coas datas da AG de segunda oportunidade (cunha ponderación do 40% do total).
- Para superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos, sendo condición imprescindible obter como mínimo un 50% da puntuación do último exame da avaliación.

AVALIACIÓN GLOBAL (AG)

- Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o estudantado poderá optar a ser avaliado con un exame final que suporá o 100% da calificación. Tanto na convocatoria ordinaria como na extraordinaria, nesta proba haberá dúas partes, unha de contidos teóricos (5 puntos), e outra de contidos prácticos (5 puntos). Para medir as habilidades de comunicación do estudante, pode establecerse que unha ou as dúas probas sexan realizadas de forma oral.
- Para superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos, sendo condición imprescindible ter un mínimo do 45% da puntuación en cada unha das dúas partes da proba final

NON PRESENTADO

- Os estudantes que non participen na AC nin na AG, figurarán nas actas como ☐Non Presentado☐.

FIN DE CARREIRA

- Na convocatoria de Fin de carreira, o exame é o 100% da calificación. Haberá dúas partes, unha de contidos teóricos (5 puntos), e outra de contidos prácticos (5 puntos).
- Para medir as habilidades de comunicación do estudante, pode establecerse que unha ou as dúas probas sexan realizadas de forma oral.
- Para superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos, sendo condición imprescindible ter un mínimo do 45% da puntuación en cada unha das dúas partes da proba final.

ADENDA

- A data e hora dos exames pode ser consultada na web da facultade no apartado de organización docente. Exames | Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo (uvigo.es)
- Recomendase ao alumnado ter en conta o 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 | Secretaría Online Universidade de Vigo (uvigo.gal)
- Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co estudante da materia e concíbense de forma flexíbel. En consecuencia, pode ser necesario realizar axustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real, ou pola relevancia das situacións que pudesen xurdir. Asimesmo, aportarase ao estudantado a información e pautas e o 100% da calificación concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

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

Philip Kotler and Gary Armstrong, **Principles of Marketing**, 18, Pearson, 2020

Bibliografía Complementaria

Philip Kotler y Gary Armstrong, **Dirección de marketing**, 15ª, Pearson, 2016

Lopez, MJ, **Marketing estratéxico**, Pearson, 2013

González Vazquez, E y otros, **Manual práctico de marketing**, Pearson, 2014

Esteban Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A., **Fundamentos de marketing**, 1, ESIC, 2013

Santasmases, M., **Marketing. Conceptos y estrategias**, 6ª, Pirámide, 2012

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Dirección comercial II/O04G020V01502

Investigación comercial/O04G020V01701

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Empresa: Xestión de empresas/O04G020V01203

Outros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Así mesmo, achegarase aos estudantes a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

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

Esta materia no PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho así como no PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Informática se imparte no segundo cuatrimestre do 3º curso
