



DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección comercial I				
Asignatura	Dirección comercial I			
Código	V03G720V01324			
Titulación	PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho			
Descriptor	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Martínez Senra, Ana Isabel			
Profesorado	Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	aimtnez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia conecta al alumno con aspectos del marketing básicos para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa. En concreto, la asignatura Dirección Comercial 1 pretende ahondar en el estudio del marketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado de cara a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado.			

Competencias	
Código	Tipología

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias
Poseer conocimientos para elaborar planes y políticas en la empresa.	
Capacidades de análisis, comunicación, responsabilidad y compromiso.	

Contenidos	
Tema	
Tema 1. Concepto y contenido del marketing	
Tema 2. La planificación de marketing	
Tema 3. Análisis del mercado y los consumidores	
Tema 4. La segmentación de mercados	

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	30	60
Resolución de problemas y/o ejercicios	15	15	30
Tutoría en grupo	5	10	15
Otras	2	43	45

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

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. Se requiere la 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.
Resolución de problemas y/o ejercicios	RESOLUCION DE PROBLEMAS, CASOS PRÁCTICOS, EJERCICIOS O SIMILAR: Actividad en la que se formulan problemas, casos prácticos y/o ejercicios relacionados con la materia. 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.
Tutoría en grupo	TUTORÍA EN GRUPO. Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la materia para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Se atenderán las dudas de los alumnos en la asignatura

Evaluación

	Descripción	Calificación	Competencias Evaluadas
Sesión magistral	Puede ser objeto de evaluación cualquier lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario realizado en el aula. Asimismo, se valorarán aquellos alumnos con una mayor implicación en la materia.	10	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se evalúa la adecuada capacidad del alumno 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.	30	
Otras	Una vez finalizada la docencia presencial el alumno deberá realizar una prueba escrita que consistirá en responder a preguntas tipo test o de otro tipo sobre aspectos concretos del contenido de la materia.	60	

Otros comentarios y evaluación de Julio

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 2 puntos sobre 6 en la prueba tipo test 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, ...), se mantiene en la convocatorias de mayo y julio del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos. Los alumnos que no sigan la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos. Se considerará que los alumnos que asistan a un 20% de las prácticas están realizando evaluación continua. DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS:

1. Puntualidad. No se permitirá el acceso y salida a clase una vez que el profesor haya entrado en el aula.
2. No está permitido hacer uso de teléfonos móviles, ordenadores portátiles o similares durante las sesiones de trabajo. Éstos deben estar desconectados.
3. No está permitido comer ni beber (salvo agua) en clase.
4. Es imprescindible asistir a las sesiones de aula con el material necesario (tales como manual, apuntes, enunciado de la práctica, entre otros.)
5. El plagio total o parcial en las actividades entregadas conllevará la invalidación de las mismas.
6. Es imprescindible cuidar la gramática, redacción y ortografía de las actividades entregadas. El incumplimiento de esta norma conllevará la invalidación de las actividades.
7. Para la realización de los exámenes sólo se permite el uso de elementos de escritura y calculadora.
8. El alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I o pasaporte, no siendo válido ningún otro documento.

9. La revisión de exámenes tendrá lugar únicamente en el horario y lugar establecido por el profesor.

En caso de incumplimiento de las normas anteriores, el profesor podrá adoptar las medidas que estime oportunas dentro de la legislación vigente.

Las fechas de exámenes deberán ser consultadas en la Página web de la Facultad:

<http://fccee.uvigo.es/calendario-exames-201718.html>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Armstrong, G.; Kotler, P. ; Merino, M.J.; Pintado, T.; Juan, J.M., Introducción al marketing, 3ª, Pearson, 2011,

López, M.J., Marketing estratégico, 1ª, Pearson, 2013,

Santesmases, M.; Merino, M.J.; Sánchez, J.; Pintado, T., Fundamentos de marketing, 1ª, Pirámide, 2009,

Santesmases, M., Marketing. Conceptos y estrategias, 6ª, Pirámide, 2012,

Esteban Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A., Fundamentos de marketing, 1ª, Esic, 2013,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Dirección comercial II/V03G020V01502

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Gestión de empresas/V03G020V01203

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

Esta materia en el PCGE Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho se imparte en el segundo cuatrimestre del 3º curso y la profesora responsable es Ana Isabel Martínez Senra.
