



Guía Docente				
Datos Identificativos				2016/17
Asignatura (*)	Dirección Comercial	Código	611G02035	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinación	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix Calvo Dopico, Domingo Javier Juanatey Boga, Oscar Martinez Fernandez, Valentin	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es domingo.calvo.dopico@udc.es oscar.juanatey.boga@udc.es valentin.martinez@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Os obxectivos desta materia son saber aplicar os fundamentos da dirección comercial a casos reais e tomar decisións para cumprir os obxectivos de dirección comercial			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Saber realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa ubicado a empresa ou organizacion	A1 A2 A3	B1 B2 B3	C1 C4 C5
Saber realizar un análisis DAFO e as suas implicacions para desenvolver a estratexia e liñas de actuación	A4 A6 A8		
Saber segmentar e posicionarse estratexicamente nos mercados	A6 A8		
Saber traballar en equipo e discutir información relevante	A12	B4 B5	C1 C4 C5 C6
Fomentar el espíritu crítico y el trabajo autónomo y la iniciativa emprendedora			C6 C7 C8
Saber desenvolver proxectos de analise de viabilidade comercial e presenta-los ante o público y a alta direcion	A8		C1 C8
identificar los problemas que pueden surgir en la innovacion y desarrollo de nuevos productos y en su lanzamiento	A5 A9 A11		



- Saber identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, seleccionar e motivar as persoas, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados	B9 B10
- Respetar os dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, respectar a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez.	
Saber desempeñar labores de xestión, asesoramento e avaliación nas organizacións empresariais	B6
- Saber manexar os conceptos e técnicas empregados nas diferentes áreas funcionais da empresa, así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización	B7
- Saber tomar decisións, e, en xeral, asumir tarefas directivas.	B8

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I-. INTRODUCCION: NOVOS ENFOQUES DE DIRECCION DE MARKETING	TEMA 1: ORIENTACION AO MERCADO E MARKETING RELACIONAL
PARTE II: ANALISE E DIAGNOSTICO ESTRATEXICO DO MERCADO	TEMA 2: ANALISE DO ENTORNO E DA RIVALIDADE COMPETITIVA  TEMA 3: ANALISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR I  TEMA 4: ANALISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR II  TEMA 5: SEGMENTACION E POSICIONAMIENTO  TEMA 6: DIAGNOSTICO ESTRATEGICO
PARTE III: SELECCION DE ESTRATEXIAS	TEMA 7: ESTRATEXIA DE CRECEMENTO  TEMA 8: ESTRATEXIA DE EXPANSION INTERNACIONAL  TEMA 9: ESTRATEXIA DE INNOVACION E DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUCTOS, DIFERENCIACION E IMITACION  TEMA 10: ESTRATEXIAS COMPETITIVAS E DE DESINVERSION

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Discusión dirixida	A6 A8 C4 C5	25	25	50
Proba de resposta múltiple	A1 A2 B6 B7 B8 B9	1	12	13
Proba mixta	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	4	16	20
Seminario	C8	4	0	4
Sesión maxistral	A3 A9 A11 B1 B2 B3 B4 B10	17	42.5	59.5
Atención personalizada		3.5	0	3.5

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición



Discusión dirixida	<p>Forumularanse exemplo ou preguntas de discusión que serán discutidos polo docente e que complementan a clase magistral e nos que se aplicará os fundamentos para resolve-los.</p> <p>Igualmente, explicaranse en clase problemas ou exemplos que guardan relación coa teoría que os alumnos deben de saber resolver aplicando os fundamentos que se explican en clase. E un complemento da clase maxistral</p>
Proba de resposta múltiple	Proba de resposta múltiple Test de resposta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para as respostas incorrectas (penalización dun tercio do valor da pregunta).
Proba mixta	Resolución por parte dun grupo reducido de alumnos (4 a 5) de casos prácticos curtos ou de preguntas cortas e de resposta breve ou dun caso de estudio general. Estas probas desenvolveranse en grupos de 4 a 7 membros ao longo do cuatrimestre e a nota obtida será a mesma para tódolos integrantes do grupo. Avisarase coa debida antelación dos días destinados a tales probas.
Seminario	<p>Os seminarios están pensados como titorías en grupo (posto que se convocará a subgrupos de 15 alumnos) para orientar aos mesmos na preparación da asignatura e as súas probas así como resolve-las dúbidas en relación coas mesmas. O lugar de realización das titorías e a planificación das mesmas comunicaránse coa debida antelación.</p> <p>Son 4 horas por cada subgrupo (15 alumnos aprox.)</p>
Sesión maxistral	Explicación en clase dos diferentes temas con apoio de transparencias e medios audiovisuais. Valorarase a participación do alumno

## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario Discusión dirixida	<p>Aconséllase face-las consultas nas horas de tutoría. Se houbera algun impedimento, pode buscarse unha hora que se axuste ao horario do alumno previo acordo co profesor.</p> <p>Formaranse dous grupos reducidos de 15 alumnos. Ao finaliza-lo temario, realizaranse dúas titorías para cada un dos subgrupos formados coa finalidade de orientar na preparación da asignatura. Avisarase con suficiente antelación da aula e a data na que terán lugar estas titorías.</p>

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba mixta	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	Formaranse subgrupos de alumnos que terán que resolver as probas mixtas ou a resolución dun caso de estudio. A resolución das probas mixtas ou o caso será realizada en clase por parte dos membros do grupo. Facilitarase con antelación a data e o calendario para resolver as probas ou o caso. Ao tratarse de avaliación continua as probas ou o caso irán comprendendo dende o primeiro tema ata o último impartido anterior á realización da proba. Isto facilitará a preparación do exame final.	40



Proba de resposta múltiple	A1 A2 B6 B7 B8 B9	<p>Preguntas test de resposta múltiple (catro opcións).</p> <p>Ao final do periodo formativo e dentro do periodo lectivo, se realizará un examen final. É condición necesaria que a calificación do examen final superase os 5 puntos e adicionalmente que tras haber feito a proba mixta, a nota media do examen final e a proba mixta (a proba en grupo) superase a nota media de 5 puntos; nese caso o alumno pode supera-la asignatura.</p> <p>As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restricción para poder supera-la asignatura. Isto é, independentemente da calificación alcanzada nas probas mixtas, se non se alcanzase unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no test non computará a nota da proba mixta a efectos da calificación global de la asignatura. En consecuencia, o alumno será calificado únicamente en base aos resultados da prueba de resposta múltiple (aplicada a ponderación do 60%). Este criterio mantense para a opción do exame de Xullo.</p>	60
----------------------------	-------------------	---	----

### Observacións avaliación

A metodoloxía proposta persigue dous obxectivos básicos: i) incentivar ó alumno para que traballe de xeito continuado ó longo do curso e ii) fomentar a autonomía do alumno no proceso de aprendizaxe. En canto ó exame final e á cualificación na acta, lémbrense os seguintes acordos da Comisión Permanente da Facultade de Economía e Empresa do 6 de xullo de 2011 Cualificación de non presentado. Corresponde ó alumnado, cando só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación acadada. Condicións de realización do exame final. Está prohibido acceder á aula de exame con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou o almacenamento de información. Avaliación da oportunidade de xullo. Esta debe realizarse cos mesmos criterios que os utilizados, no seu caso, na avaliación do primeiro ou do segundo cuadrimestre. Por último, no caso de que ao alumno se lle conceda unha oportunidade de "avaliación adiantada", e só nese caso, realizarase unha proba mixta encamiñada a avaliar todas as competencias e contidos propios da materia.

### Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	- Munera Alemán y Rodríguez Escudero (2011). ESTRATEGIAS DE MARKETING. UN ENFOQUE BASADO EN EL PROCESO DE DIRECCION. MADRID, ESIC - KOTLER, P. et al., (2000). INTRODUCCION AL MARKETING. MADRID, PIRAMIDE
<b>Bibliografía complementaria</b>	

### Recomendacións

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Introdución ao Marketing/611G02015  
Investigación de Mercados/611G02024  
Dirección Estratéxica e Política Empresarial I/611G02025  
Distribución Comercial/611G02030

#### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Dirección Estratéxica e Política Empresarial II/611G02033

#### Materias que continúan o temario

### Observacións

Valorase positivamente a participación en clase e nas titorías ou seminarios  
Facilitarase bibliografía específica para cada bloque de temas para facilita-lo seguemento da asignatura

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías

