



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2017/18 |
| Asignatura (*) | Fundamentos de Mercadotecnia | Código | 650G01037 | |
| Titulación | Grao en Ciencias Empresariais | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 1º cuatrimestre | Cuarto | Optativa | 6 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Economía | | | |
| Coordinación | Blazquez Lozano, Felix | Correo electrónico | felix.blazquez@udc.es | |
| Profesorado | Blazquez Lozano, Felix Losada López, José María | Correo electrónico | felix.blazquez@udc.es jose.maria.losada@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | <p>O principal obxectivo do curso é introducir os alumnos para que comprendan a importancia do papel do marketing e da investigación de mercados na economía e nos negocios.</p> <p>En concreto, os obxectivos do curso son:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Comprender os conceptos básicos da mercadotecnia e entender o proceso de toma de decisións que as empresas ou organizacións desenvolven na área de marketing.2) Aplicar os fundamentos do marketing a casos reais de empresas e organizacións sen ánimo de lucro.3) Aprender a analizar o micro-ambiente (competidores, provedores, clientes) e o macro-ambiente (económico, político-legal, tecnolóxico, ambiental) para realizar unha avaliación das oportunidades, ameazas, fortalezas e debilidades.4) Saber como deseñar e aplicar a planificación estratéxica de marketing.5) Comprender a importancia das variables do marketing-mix (produto, prezo, distribución e comunicación) na xestión da empresa.6) Saber aplicar as políticas de produto, prezo, distribución e comunicación a casos, situacións e contextos reais. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|--|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| A1 | CE1 - Aprender a aprender, por exemplo, cómo, cándoo, ónde novos desenvolvementos persoais son necesarios. |
| A3 | CE3 - Comprender detalles do funcionamento empresarial, tamaño de empresas, rexións xeográficas, sectores empresariais, vinculación con coñecemento e teorías básicas. |
| A5 | CE5 - Comprender a tecnoloxía nova e existente e o seu impacto para os novos/futuros mercados. |
| A11 | CE11 - Definir criterios de acordo de cómo unha empresa é definida e vincular os resultados coa análise do entorno para identificar perspectivas. |
| A12 | CE12 - Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais. |
| A18 | CE18 - Identificar as características dunha organización. |
| A19 | CE19 - Identificar novos desenvolvementos de organizacións empresariais para afrontar con éxito o entorno cambiante. |
| A20 | CE20 - Identificar e operar o software adecuado. Deseñar e implementar sistemas de información. |
| A23 | CE23 - Uso de instrumentos para a análise de entornos empresariais. |



| | |
|-----|--|
| B1 | CB1 - Que os estudantes demostrasen posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeneral, e se adoita encontrar a un nivel que, se ben se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| B2 | CB2 - Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo. |
| B3 | CB3 - Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética. |
| B4 | CB4 - Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado. |
| B5 | CB5 - Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía. |
| B6 | CG1 - Que os estudantes formados sexan profesionais versátiles, capacitados tanto de iniciar o seu propio negocio como de desempeñar labores de deseño, planificación, organización, xestión, asesoramento e avaliación nas áreas e departamentos contables, financeiros e fiscais de organizacións empresariais, con especial referencia ás pequenas e medianas empresas. |
| B7 | CG2 - Que os estudantes posúan unha elevada capacitación metodolóxica de xestión e tratamento da información que lles proporcione vantaxes competitivas, non só no seu labor profesional, senón nunha sociedade global en permanente transformación. Para iso, o Grao debe estar dotado dun axeitado nivel de interdisciplinidade, transversalidade e integración nas súas materias. |
| B8 | CG3 - Que os estudantes presten especial atención aos cambios que, tanto en conceptos, coma en metodoloxía ou en aplicacións, implican no mundo empresarial as novas tecnoloxías da información e as comunicacións. Así mesmo deben poder obter e actualizar os coñecementos específicos que teñan como base a aparición de novas leis e regulamentos que afecten ao mundo fiscal, financeiro ou contable. |
| B9 | CG4 - Que os estudantes integren a aprendizaxe na súa vida e no seu labor profesional, a través da metodoloxía de ensino que lles achega o Grao, o cal lles proporciona unha formación básica xeral que servirá como puntal para a formación continua ao longo da vida. |
| B10 | CG5 - Que os estudantes teñan unha perspectiva integral e destreza no manexo dos conceptos, técnicas e ferramentas empregados en cada unha das diferentes áreas funcionais, con especial referencia ás contables, financeiras e fiscais da empresa; así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización. Todo iso tendo en conta os principios de sustentabilidade e responsabilidade social das mesmas. |
| B11 | CG6 - Que os estudantes saiban identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, realizar asesoramento fiscal e contable, control orzamentario, xestión de tesouraría, auditorías de contas e temas concursais (suspensións de pagamentos e quebras), tomar decisións en condicións de incerteza e avaliar resultados. |
| B12 | CG7 - Que os estudantes sexan capaces de liderar proxectos nas áreas de valoración da empresa, de dirección estratéxica e financeira; deben poder entender a información contable das empresas co fin de obter conclusións e realizar predicións tanto sobre rendementos coma sobre riscos futuros. |
| B13 | CG8 - Que os estudantes identifiquen os requisitos legais da información financeira aos que a empresa debe enfrontarse. |
| B14 | CG9 - Que os estudantes manifesten respecto aos dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, o respecto e a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con discapacidade. |
| C1 | CT1 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma. |
| C2 | CT2 - Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro. |
| C3 | CT3 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida. |
| C4 | CT4 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común. |
| C5 | CT5 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. |
| C6 | CT6 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse. |
| C7 | CT7 - Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida. |
| C8 | CT8 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade. |



| Resultados da aprendizaxe | | | |
|---|-------------------------------------|--|--|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
| Xestionar e administrar una empresa ou organización de pequeno tamaño, entendendo a súa ubicación competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades. | A3 A5 A11 A18 A19 | B1 B2 B3 B4 B6 B7 B8 | |
| Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados. Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido. | A1 A3 A11 A20 | B11 B12 B13 | |
| Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo. Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. | A1 | B5 B9 B14 | C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 |
| Saber diseñar e implementar un plan de marketing | A12 A23 | B10 | |

| Contidos | |
|---------------------------------|---|
| Temas | Subtemas |
| PARTE I. INTRODUCCIÓN | TEMA 1. INTRODUCCIÓN AO MARKETING |
| PARTE II. MARKETING ESTRATÉXICO | TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. A SEGMENTACIÓN DO MERCADO E O POSICIONAMENTO TEMA 5. A INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. A FUNCIÓN DA ESTRATEXIA DE MARKETING |
| PARTE III. MARKETING OPERATIVO | TEMA 7. O PRODUTO E A MARCA TEMA 8. O PREZO TEMA 9. A DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TEMA 10. A COMUNICACIÓN COMERCIAL |

| Planificación | | | | |
|----------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral | A1 A5 A20 B1 B2 B3 B7 B8 B9 B11 C3 C4 C6 C7 C8 | 17 | 42.5 | 59.5 |
| Seminario | A3 B10 | 4 | 0 | 4 |
| Estudo de casos | A11 A12 A18 A19 A23 B4 B5 B6 B13 B14 C1 C2 C5 | 25 | 50 | 75 |
| Proba de resposta múltiple | A3 A18 B12 | 0.75 | 6.75 | 7.5 |



| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| Atención personalizada | | 4 | 0 | 4 |
| *Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado | | | | |

| Metodoloxías | |
|----------------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Sesión maxistral | <p>Explicación na clase dos diferentes temas con apoio de transparencias e medios audiovisuais.</p> <p>Valorarase a participación activa do alumno e dos diferentes membros do subgrupo formado.</p> |
| Seminario | Realizaranse tutorías de grupo cunha duración de 4 horas por subgrupo de 15 alumnos. O lugar de realización das tutorías e a planificación das mesmas serán establecidas na aula e comunicarse con antelación. Estas tutorías servirán para orientar aos alumnos tanto na preparación das probas obxectivas coma na realización do examen individual que se realizará ao final do curso. |
| Estudo de casos | <p>Como complemento á clase maxistral expondranse casos prácticos de empresas e exemplos actuais e novedosos que sirvan para exemplificar os conceptos que se explican na clase. Ademais, faranse preguntas e cuestións na clase para que os alumnos saiban aplicar os conceptos que se explican na maxistral.</p> <p>Os alumnos ademais desenvolverán casos e/ou traballos en grupos reducidos.</p> <p>Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno ao longo do cuadrimestre</p> |
| Proba de resposta múltiple | Test de resposta múltiple individual: 20 ou 30 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un tercio do valor da pregunta |

| Atención personalizada | |
|-------------------------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Estudo de casos Sesión maxistral | <p>Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que terán que desenrolar no caso práctico ou traballo.</p> <p>Asemade, no caso de que o alumno teña algunha dúbida acerca do material explicado na clase, poderá consultar cós docentes nos seus respectivos despachos ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar así o seguemento do alumno.</p> <p>Para o alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, acordarase ao inicio do curso un calendario específico de titorías compatible coa súa dedicación.</p> |

| Avaliación | | | |
|-----------------|---|---|---------------|
| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Estudo de casos | A11 A12 A18 A19 A23 B4 B5 B6 B13 B14 C1 C2 C5 | Os grupos de alumnos terán que fecer un traballo e/ou resolver un caso práctico. Preténdese fomentar o traballo colaborativo e en grupo dos alumnos. Este traballo será tutorizado por profesores, tanto en titoría de grupo como en atención personalizada. Se o alumno suspendera na primeira oportunidade, a nota da parte práctica manterase para a segunda oportunidade. Non hai necesidade de ter que refacer de novo a práctica. | 40 |



| | | | |
|-----------------------------------|-------------------|---|-----------|
| <p>Proba de resposta múltiple</p> | <p>A3 A18 B12</p> | <p>Preguntas Test de resposta múltiple (catro opcións). As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restricción para poder superar a materia. É dicir, independentemente da calificación obtida nos estudos de casos, se non se alcanzase unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 na proba de resposta múltiple non se computará esta nota coa do estudo de casos a efectos da calificación global da asignatura e polo tanto a calificación final que figurará na correspondente acta será a alcanzada no exame test e ponderada ó 60%.</p> <p>Estos criterios manterase tamén para a opción de Xullo.</p> <p>Está prohibido acceder á aula de examen con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.</p> | <p>60</p> |
|-----------------------------------|-------------------|---|-----------|

Observacións avaliación

No desenrolo do traballo ou resolución do caso práctico evaluarase:

- a precisión e claridade das respostas
- a aplicación dos fundamentos teóricos
- a calidade da presentación

Condições da realización da avaliación final:

Está prohibido acceder á aula do examen con calquer dispositivo que permita a comunicación có exterior e/ou almacenamento de información.

Convocatoria adelantada:

No caso de que o alumno solicitase a convocatoria adelantada, éste será avaliado a través dunha proba de resposta múltiple (catro opcións), onde as preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo de 5 puntos sobre 10 para superar a materia. A ponderación desta proba nesta convocatoria será dun 100%.

Segunda oportunidade

Os criterios de avaliación para a segunda oportunidade serán os menos que na primeira

Calificación de non presentado: Corresponde a o alumno, cando so participe de actividades de avaliación que tiñan una ponderación inferior a o 20% sobre a calificación final, con independencia da calificación alcanzada.

Alumnado con reconecimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia.

Excepto

para las fechas aprobadas na en la Junta de

Facultad en lo que compete a la prueba objetiva, para las restantes

pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de

fechas compatible con su

dedicación.

Fontes de información

Bibliografía básica

- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2000). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid,
- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid
- Munuera Alemán, Jose Luis; Rodríguez Escudero, Ana Isabel (2012). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC
- Munuera Alemán, José Luis; Rodríguez Escudero, Ana Isabel (2009). Casos de marketing estratégico en las organizaciones. ESIC
- Jobber D.; Fahy J. (2010). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill

Bibliografía complementaria



Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Economía da Empresa: Función Organizativa/650G01003

Organización de Empresas/650G01016

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Comercio Exterior/650G01041

Observacións

Valorase positivamente a participación en clase. Facilitarase bibliografía específica ao final de cada un dos temas impartidos.

(*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