



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|--|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2018/19 |
| Asignatura (*) | Mercados e Competencia | Código | 615518004 | |
| Titulación | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | Primeiro | Optativa | 3 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | EconomíaEmpresa | | | |
| Coordinación | Juanatey Boga, Oscar | Correo electrónico | oscar.juanatey.boga@udc.es | |
| Profesorado | Juanatey Boga, Oscar Rodríguez Fernández, María Magdalena | Correo electrónico | oscar.juanatey.boga@udc.es magdalena.rodriguez@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | O obxectivo da materia baséase en determinar a relevancia que ten a segmentación do mercado e o posicionamento na estratexia empresarial, coa finalidade de que a empresa logre acadar unha posición competitiva no mercado. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|---|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| A1 | Dominar nun nivel de postgrado os coñecementos, as ferramentas e os procedementos da investigación social e de mercados aplicándoos á solución de problemas e necesidades |
| A3 | Ser quen de deseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio no uso de técnicas de investigación cuantitativas e/ou cualitativas |
| A5 | Ter capacidade para identificar, nun nivel de postgrado, a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación |
| A6 | Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo |
| A7 | Ser quen de xustificar unha axeitada segmentación e selección do público obxectivo |
| A10 | Ser quen de redactar, presentar e defender documentos e informes de investigación social e de mercados |
| A11 | Coñecer, nun nivel avanzado, os mercados e os consumidores, apreciando a diversidade dos seus enfoques |
| B2 | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo |
| B3 | Que os estudantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vencelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos |
| B4 | Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüedades |
| B5 | Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en gran medida autodirixido ou autónomo |
| B6 | Ser quen de buscar, xestionar, analizar e sintetizar a información, seleccionando aquela que resulta pertinente para a toma de decisións |
| B7 | Ter capacidade creativa, proactiva e emprendedora |
| B9 | Ter capacidade de analizar críticamente tanto o traballo propio como o dos compañeiros |
| B10 | Ser quen de traballar en equipo eficaz e eficientemente |
| B11 | Ser quen de asumir responsabilidades tanto individuais como colectivas na tarefa investigadora ou profesional |
| C1 | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia |
| C4 | 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 | Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras |
| C7 | Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida |



Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
|---|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Explicar a importancia que os mercados teñen dende o punto de vista empresarial. | AM5 AM6 | BM3 | CM1 CM4 CM5 CM7 |
| Calibrar a relevancia que teñen a segmentación do mercado e o posicionamento na estratexia empresarial. | AM3 AM7 AM11 | BM6 BM9 BM10 BM11 | |
| Fundamentar a posición competitiva dentro dunha estratexia de mercadotecnia. | AM1 AM10 | BM2 BM4 BM5 BM7 | |

Contidos

| Temas | Subtemas |
|----------------------------------|-----------------------|
| BLOQUE I: SEGMENTACIÓN | Segmentación |
| BLOQUE II: POSICIONAMENTO | Posicionamento |
| BLOQUE III: POSICIÓN COMPETITIVA | Posición Competitiva. |

Planificación

| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
|------------------------|---------------------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Lecturas | A6 A10 B3 B4 B7 B9 B11 C1 C4 C5 C7 | 5 | 15 | 20 |
| Estudo de casos | A3 A7 B2 B5 B6 B10 | 5 | 15 | 20 |
| Sesión maxistral | A1 A5 A11 | 11 | 22 | 33 |
| Atención personalizada | | 2 | 0 | 2 |

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

Metodoloxías

| Metodoloxías | Descrición |
|------------------|---|
| Lecturas | Facilitarase ao alumnado textos e lecturas dos diferentes temas cuxa finalidade consistirá en servir de complemento á clase maxistral que deberán ser traballados en grupo en aras de resolver as cuestións que se formulen. |
| Estudo de casos | Como complemento á clase maxistral expóndranse 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. Os alumnos ademais desenvolverán casos en grupos reducidos. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participación activa por parte do alumno. |
| Sesión maxistral | Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|--------------|------------|
| | |



| | |
|---|--|
| Lecturas Estudo de casos Sesión maxistral | Os diferentes membros do grupo poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento das lecturas e casos que deberán presentar ou expoñer. Así mesmo, se teñen algunha dúbida relativa ao material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno. |
|---|--|

| Avaliación | | | |
|-----------------|---------------------------------------|---|---------------|
| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Lecturas | A6 A10 B3 B4 B7 B9 B11 C1 C4 C5 C7 | As lecturas deberán ser analizadas polo alumnado en grupo. Todos os grupos deberán enviar aos profesores, en formato pdf, as lecturas analizadas nos periodos establecidos. | 30 |
| Estudo de casos | A3 A7 B2 B5 B6 B10 | Os grupos de alumnos terán que resolver casos prácticos. 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. Todos os grupos deberán de enviar aos profesores, o caso que desenvolvesen, tanto en formato pdf, como unha presentación do mesmo en ppt. | 70 |

| Observacións avaliación |
|--|
| <p>Segunda Oportunidade: Os criterios de avaliación serán os mesmos que na primeira oportunidade.</p> <p>Calificación de non presentado: Corresponde ao 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.</p> <p>Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia Acordarase ao inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, pero terá a mesma obrigaón de realizar actividades e de acudir a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.</p> |

| Fontes de información | |
|------------------------------------|---|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none"> - Ries, Al. (1993). Posicionamiento. Mc Graw-Hill - Ries, Al. (2002). Posicionamiento, la batalla por su mente. Mc Graw-Hill - Trespalacios, J.A., Vázquez, R., Bello, L. (2005). Investigación de Mercados. Thomsom - Trout, J. (2010). Reposicionamiento: La estrategia competitiva en una era de hipercompetencia. Pirámide - Valderrey, P. (2011). Segmentación de mercados. StarBook |
| Bibliografía complementaria | |

| Recomendacións |
|--|
| Materias que se recomenda ter cursado previamente |
| |
| Materias que se recomenda cursar simultaneamente |
| |
| Materias que continúan o temario |
| |
| Observacións |
| |



(*)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