



Teaching Guide						
Identifying Data				2019/20		
Subject (*)	Bussiness Management		Code	611G02035		
Study programme	Grao en Administración e Dirección de Empresas					
Descriptors						
Cycle	Period	Year	Type	Credits		
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatory	6		
Language	SpanishGalician					
Teaching method	Face-to-face					
Prerequisites						
Department	EconomíaEmpresa					
Coordinador	Blazquez Lozano, Felix	E-mail	felix.blazquez@udc.es			
Lecturers	Blazquez Lozano, Felix Calvo Porral, Cristina Juanatey Boga, Oscar Martinez Fernandez, Valentin Naya Mosquera, José Luis Sánchez Amboage, Eva	E-mail	felix.blazquez@udc.es cristina.calvo@udc.es oscar.juanatey.boga@udc.es valentin.martinez@udc.es jose.luis.naya@udc.es eva.sanchez.amboage@udc.es			
Web						
General description	Os obxectivos desta materia son saber aplicar os fundamentos da dirección comercial a casos reais e tomar decisións para cumplir os obxectivos de dirección comercial					

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A1	Manage an enterprise or small organization, understanding their competitive and institutional position and identifying their strengths and weaknesses
A2	Integrate in any functional area of micro-firms or SMEs and perform fluently any management task commissioned
A3	Evaluate and foreseeing, from relevant data, the development of a company.
A4	Elaborate advisory reports on specific situations of companies and markets
A5	Write projects about specific functional areas (e.g. management, marketing, financial) of the company
A6	Identify the relevant sources of economic information and to interpret the content.
A8	Derive, based on from basic information, relevant data unrecognizable by non-professionals.
A9	Use frequently the information and communication technology (ICT) throughout their professional activity.
A11	To analyze the problems of the firm based on management technical tools and professional criteria
A12	Communicate fluently in their environment and work by teams
B1	CB1-The students must demonstrate knowledge and understanding in a field of study that part of the basis of general secondary education, although it is supported by advanced textbooks, and also includes some aspects that imply knowledge of the forefront of their field of study
B2	CB2 - The students can apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and have competences typically demonstrated by means of the elaboration and defense of arguments and solving problems within their area of work
B3	CB3- The students have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) to issue evaluations that include reflection on relevant social, scientific or ethical
B4	CB4-Communicate information, ideas, problems and solutions to an audience both skilled and unskilled
B5	CB5-Develop skills needed to undertake further studies learning with a high degree of autonomy
B6	CG1-Perform duties of management, advice and evaluation in business organizations
B7	CG2-Know how to use the concepts and techniques used in the various functional areas of the company and understand the relationships between them and with the overall objectives of the organization
B8	CG3- Know how to make decisions, and, in general, assume leadership roles.
B9	CG4-Learn to identify and anticipate opportunities, allocate resources, organize information, select and motivate people, make decisions under conditions of - uncertainty, achieve the proposed objectives and evaluate results



B10	CG5-Respect the fundamental and equal rights for men and women, promoting respect of human rights and the principles of equal opportunities, non-discrimination and universal accessibility for people with disabilities.
C1	Express correctly, both orally and in writing, in the official languages of the autonomous region
C4	To be trained for the exercise of citizenship open, educated, critical, committed, democratic, capable of analyzing reality and diagnose problems, formulate and implement knowledge-based solutions oriented to the common good
C5	Understand the importance of entrepreneurial culture and know the means and resources available to entrepreneurs
C6	Assess critically the knowledge, technology and information available to solve the problems and take valuable decisions
C7	Assume as professionals and citizens the importance of learning throughout life.
C8	Assess the importance of research, innovation and technological development in the economic and cultural progress of society.

Learning outcomes			
Learning outcomes		Study programme competences	
Saber realizar un diagnóstico estratégico 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 estrateticamente 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 desenvolcer 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 decisiones en condicíons de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados			B9 B10
- Respectar 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 decisiones, e, en xeral, asumir tarefas directivas.			B8

Contents	
Topic	Sub-topic
PARTE I-. INTRODUCION: NOVOS ENFOQUES DE DIRECION 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 CRECIMIENTO 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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Directed discussion	A6 A8 C4 C5	25	25	50
Multiple-choice questions	A1 A2 B6 B7 B8 B9	1	12	13
Mixed objective/subjective test	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	4	16	20
Seminar	C8	4	0	4
Guest lecture / keynote speech	A3 A9 A11 B1 B2 B3 B4 B10	17	42.5	59.5
Personalized attention		3.5	0	3.5

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Directed discussion	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. 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 magistral
Multiple-choice questions	Test de respuesta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para as respuestas incorrectas (penalizacion dun tercio do valor da pregunta). Esta proba é discrecional por parte do docente en función da avaliación continua que desenvolva o alumno.
Mixed objective/subjective test	Resolución por parte dun grupo reducido de alumnos 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 todos os integrantes do grupo. Avisarase coa debida antelación dos días destinados a tales probas.



Seminar	<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 suas probas así como resolver las dudas en relación coas mesmas. O lugar de realización das titorías e a planificación das mesmas comunicáranse coa debida antelación.</p> <p>Son 4 horas por cada subgrupo (15 alumnos aprox.)</p>
Guest lecture / keynote speech	Explicación en clase dos diferentes temas con apoyo de transparencias e medios audiovisuales. Valorarse a participación do alumno

Personalized attention	
Methodologies	Description
Seminar	Aconséllase face-las consultas nas horas de titoría. Se houbera algun impedimento, pode buscarse unha hora que se axuste ao horario do alumno previo acordo co profesor.
Directed discussion	<p>Formaranse dous grupos reducidos de 15 alumnos. Ao finalizar o temario, realizaranse duas 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> <p>Para o alumnado con reconocimiento 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>

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Mixed objective/subjective test	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	Formaranse subgrupos de alumnos que terán que resolver las pruebas mixtas o la resolución de un caso de estudio. La resolución de las pruebas mixtas o el caso será expuesto en clase por parte de los miembros del grupo. Facilitarse con antelación la fecha y el calendario para resolver las pruebas o el caso. Al tratarse de evaluación continua las pruebas o el caso incluirán comprendiendo desde el primer tema hasta el último impartido anterior a la realización de la prueba. Esto facilitará la preparación del examen final.	40
Multiple-choice questions	A1 A2 B6 B7 B8 B9	<p>A realización de la prueba de respuesta múltiple es discrecional por parte del profesor, es decir, cada profesor podrá decidir si se realiza dicha prueba o no en función de los resultados de la evaluación continua del alumno. En caso de no realizarse, la nota de la evaluación final calculará exclusivamente en función de las pruebas mixtas realizadas.</p> <p>Al final del período formativo y dentro del período lectivo, y si fuese el caso, se realizará un examen final. Es condición necesaria que la calificación del examen final superese los 5 puntos y adicionalmente que tras haber hecho la prueba mixta, la media del examen final y la prueba mixta (prueba en grupo) superese a una media de 5 puntos; en ese caso el alumno podrá superar la asignatura.</p> <p>Las preguntas mal contestadas penalizan. La prueba de respuesta múltiple establece un mínimo o restricción para poder superar la asignatura. Esto es, independientemente de la calificación alcanzada en las pruebas mixtas, si no se alcanza una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no se computará la nota de la prueba mixta para efectos de la calificación global de la asignatura. En consecuencia, el alumno será calificado únicamente en base a los resultados de la prueba de respuesta múltiple (aplicada con ponderación del 60%). Este criterio mantendrá para la opción del examen de Junio.</p>	60

Assessment comments



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, lémbranse 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 cuatrimestre. 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.

Alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: No caso de alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, empregarase a plataforma Moodle e o correo electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, titorías e a entrega de traballos. Acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, mais terán a mesma obriga de realizaren actividades e de acudiren a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.

Excepto para as fechas aprobadas na Xunta de Facultade no que compete á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase ao inicio do curso un calendario específico de fechas compatible coa súa dedicación.

Concesión de Matrícula de Honra: se podrá solicitar una proba alternativa por parte dos profesores para a concesión da matrícula de honra.

Sources of information

Basic	<ul style="list-style-type: none">- 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
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Introduction to Marketing/611G02015

Market Research/611G02024

Strategic Management and Business Policy I/611G02025

Commercial Distribution/611G02030

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Strategic Management and Business Policy II/611G02033

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Valorase positivamente a participación en clase e nas titorías ou seminarios

Facilitarase bibliografía específica para cada bloque de temas para facilita-lo seguimiento da asignatura

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.