



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Dirección de marketing		Código	611507006
Titulación	Mestrado Universitario en Dirección e Administración de Empresas (2013)			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuatrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinación	Juanatey Boga, Oscar	Correo electrónico	oscar.juanatey.boga@udc.es	
Profesorado	Juanatey Boga, Oscar	Correo electrónico	oscar.juanatey.boga@udc.es	
	Rodríguez Fernández, María Magdalena		magdalena.rodriguez@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Os obxectivos desta materia son saber aplicar os fundamentos e extratexias da dirección comercial a casos reais e tomar decisións para cumprir os obxectivos da dirección de marketing			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Sen cambios nos contidos			
	2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen Sen cambios nas metodoloxías *Metodoloxías docentes que se modifican			
	3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Correo electrónico: a diario, para resolución de dúbidas, cuestións, ou fixar reunións virtuaos. Moodle: semanalmente para facilitar documentación ó alumnado ou a entrega dos seus traballos. Teams: semanalmente en horario de clases para organización e revisión de tarefas. Tamén emplearase a demanda para a resolución de dúbidas, reunións a demanda ou exposicións grupais ocasionalmente.			
	4. Modificacións na avaliación Sen cambios na avaliación. *Observacións de avaliación:			
	5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Sen cambios na bibliografía			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A5	CE05 - Saber realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa situado a empresa ou organización.
A6	CE06 - Saber realizar a segmentación e o posicionamento estratéxico nos mercados e elaborar un plan de mercadotecnia.
A7	Saber realizar un diagnóstico estratéxico del sector en el que se encuentra ubicado la empresa u organización.
A8	CE08 - Ser capaz de elaborar, transmitir e defender un plan de empresa a partir dos modelos de planificación financeira e usando as ferramentas informáticas comúns no ámbito empresarial.
A9	CE09 - Preparar informes económicos-financeiros que satisfagan as necesidades dos usuarios.
A11	CE11 - Diseñar extratexias corporativas, competitivas e políticas de empresas.
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación



B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	CB9 - Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüidades
B6	CG1 - Organizar e planificar a xestión empresarial.
B7	CG2 - Resolver problemas empresariais.
B8	CG3 - Tomar decisións na empresa de forma efectiva.
B9	CG4 - Compromiso ético na dirección empresarial.
B10	CG5 - Aplicar coñecementos á xestión empresarial
B11	CG6 - Aprender novas técnicas de dirección de empresas.
B12	CG7 - Adaptarse a novas situacións e xerar novas ideas no mundo empresarial.
B13	CG8 - Xestionar e administrar unha empresa ou organización entendendo a súa localización competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades.
B14	CG9 - Entender a importancia da cultura emprendedora.
C1	CT01 - Saber manexar as fontes de información relevante e o seu contido
C2	CT02 - Valorar criticamente o coñecemento e a tecnoloxía.
C3	CT03 - Valorar a importancia da aprendizaxe ao longo de toda a carreira profesional.
C4	CT04 - Traballar en equipo e desenvolver un espírito lóxico e creativo.
C5	CT05 - Capacidade de análise e síntese
C6	CT06 - Comunicación oral e escrita.
C7	CT07 - Capacidade crítica.
C8	CT08 - Capacidade de liderado
C9	CT09 - Habilidade para traballar de forma autónoma.
C10	CT10 - Capacidade para comunicarse con expertos doutras áreas.
C11	CT11 - 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.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
Realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa a empresa.		AP5	BP6 CP5
		AP6	BP9 CP7
		AP7	BP10 CP8
			BP12 CP10
Xestionar o marketing-mix da empresa		BP14	
		AP11	BP1 CP5
			BP2 CP7
			BP3 CP10
			BP8
			BP12



Tomar decisións no contorno comercial no que opera a empresa e avaliar as súas implicacións en relación ao resto de áreas funcionais.	AP5	BP1	CP1
	AP6	BP2	CP2
	AP7	BP3	CP3
	AP8	BP4	CP4
	AP9	BP6	CP5
	AP11	BP7	CP6
		BP8	CP7
		BP9	CP8
		BP10	CP9
		BP11	CP10
		BP12	CP11
		BP13	
		BP14	
Realizar informes comerciais de asesoramento sobre situacións concretas de empresa e mercados.	AP5 AP6 AP8 AP9	BP2 BP3 BP4 BP7 BP8 BP12	CP4 CP11

Contidos	
Temas	Subtemas
Marketing Estratéxico:	- Análise do mercado e da demanda - Análise da competencia - Análisis do consumidor - Segmentación de mercado
Estratexias de marketing:	-Estratexias competitivas -Expansión internacional
Marketing Operativo:	-Política de produtos e marcas -Estratexia de precios -Xestión da distribución -O mix de comunicación: identidade, imaxe e posicionamento.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A5 A6 A7 A8 A9 A11 B3 B6 B7 B11 B13 B14 C1 C2 C3 C5 C6 C9 C11	20	40	60
Solución de problemas	A5 A6 A11 B2 B7 B8 B9 B10 B12 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C10	8	24	32
Presentación oral	B3 B4 B10 C5 C6 C8 C9 C10 C11	4	8	12
Discusión dirixida	B2 B3 B4 B8 C5 C6 C8	8	24	32
Análise de fontes documentais	A9 B1 B3 C1 C3 C7	1	3	4



Atención personalizada		10	0	10
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Os grupos de traballo asignados á realización do proxecto de empresa, resolverán cuestións relativas aos temas que conformen os contidos desta materia. O obxectivo é que o profesor propoña casos de estudio vinculados coa dirección de marketing, coa finalidade de buscar unha conexión entre os contidos da materia e a realización final do proxecto.
Solución de problemas	Nos casos de estudio, que se propoñan na materia, os alumnos deberán desenvolver habilidades para identificar os problemas que xurdan no ámbito da xestión comercial e resolvelos de maneira eficiente e rigorosa.
Presentación oral	Os alumnos de maneira individual ou en grupo, deberán defender diante do profesor e doutros estudantes, os avances efectuados no seus traballos, así coma a validez das decisións adoptadas dentro dos problemas que se identifiquen.
Discusión dirixida	Consiste nun intercambio de ideas e opinións entre os integrantes de cada un dos grupos e os responsables dos casos de empresa, acerca dun tema específico, relacionado co caso. Debateranse problemas e situacións relativas á toma de decisións da área comercial.
Análise de fontes documentais	O estudante deberá de identificar e consultar as fontes documentais necesarias para o problema que pretenda resolver en cada momento. Así mesmo o profesor deberá ser un colaborador e orientador fundamental.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	O profesor ademais de atender ás cuestións expostas polos estudantes en cada unha das clases, atenderaos de forma máis ampla e personalizada nas sesións de tutorías. Nos horarios de tutorías o alumno será atendido para aclarar aquelas dúbidas que lle xurdan, tanto no desenvolto dos casos de estudo, como para a preparación do proxecto. 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, tutorías 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 acudir en a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.
Discusión dirixida	
Presentación oral	
Solución de problemas	
Análise de fontes documentais	

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	A5 A6 A7 A8 A9 A11 B3 B6 B7 B11 B13 B14 C1 C2 C3 C5 C6 C9 C11	Valorarase a capacidade do alumno para aplicar a metodoloxía do caso utilizando os coñecementos específicos desta materia.	70
Solución de problemas	A5 A6 A11 B2 B7 B8 B9 B10 B12 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C10	Valorarase a capacidade do alumno para aplicar a solución de problemas utilizando os coñecementos específicos desta materia.	30

Observacións avaliación



Avaliación Segunda Oportunidade e Convocatoria Adiantada: O sistema de

avaliación aplicado na primeira oportunidade a través de traballo en grupos non se pode manter polo que se requerirá o desenvolvemento dun plan de marketing sobre unha organización, empresa, institución ou entidade similar que deberá ser proposta polo alumno e comunicada ós profesores, que deberán dar o visto bo á proposta antes de levarse a cabo e que debe entregarse antes da finalización do periodo de exames da segunda oportunidade.

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, emplearase a plataforma Moodle e o correo

electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, tutorías e a entrega de traballos. Acordarase ó inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa sua dedicación,

no obstante terán a mesma obrigação de realizar actividades e de

acudir a cualquier tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo

completo.

Fontes de información

Bibliografía básica	Dado que a análise e procura de fontes documentais é unha das metodoloxías desenvolvidas durante o curso, será o propio alumno (orientado polo profesor) quen en función dos problemas que teña que abordar buscará as referencias documentais máis apropiadas. Tamén os docentes proporán materiais concretos ao longo do desenvolvemento da materia
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