



## Teaching Guide

Identifying Data					2021/22
Subject (*)	Marketing Management	Code	611507006		
Study programme	Mestrado Universitario en Dirección e Administración de Empresas (2013)				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	6	
Language	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	EconomíaEmpresa				
Coordinador	Juanatey Boga, Oscar	E-mail	oscar.juanatey.boga@udc.es		
Lecturers	Juanatey Boga, Oscar Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	oscar.juanatey.boga@udc.es magdalena.rodriguez@udc.es		
Web					
General description	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				
Contingency plan	<p>1. Modifications to the contents</p> <p>2. Methodologies</p> <p>*Teaching methodologies that are maintained</p> <p>*Teaching methodologies that are modified</p> <p>3. Mechanisms for personalized attention to students</p> <p>4. Modifications in the evaluation</p> <p>*Evaluation observations:</p> <p>5. Modifications to the bibliography or webgraphy</p>				

## Study programme competences

Code	Study programme competences
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.

## Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences		
Realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa a empresa.	AJ5 AJ6 AJ7	BJ6 BJ9 BJ10 BJ12 BJ14	CJ5 CJ7 CJ8 CJ10
Xestionar o marketing-mix da empresa	AJ11	BJ1 BJ2 BJ3 BJ8 BJ12	CJ5 CJ7 CJ10



Tomar decisións no contorno comercial no que opera a empresa e avaliar as súas implicacións en relación ao resto de áreas funcionais.	AJ5 AJ6 AJ7 AJ8 AJ9 AJ11	BJ1 BJ2 BJ3 BJ4 BJ6 BJ7 BJ8 BJ9 BJ10 BJ11 BJ12 BJ13 BJ14	CJ1 CJ2 CJ3 CJ4 CJ5 CJ6 CJ7 CJ8 CJ9 CJ10 CJ11
Realizar informes comerciais de asesoramento sobre situacións concretas de empresa e mercados.	AJ5 AJ6 AJ8 AJ9	BJ2 BJ3 BJ4 BJ7 BJ8 BJ12	CJ4 CJ11

Contents	
Topic	Sub-topic
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.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Case study	A5 A6 A7 A8 A9 A11 B3 B6 B7 B11 B13 B14 C1 C2 C3 C5 C6 C9 C11	20	40	60
Problem solving	A5 A6 A11 B2 B7 B8 B9 B10 B12 C1 C3 C4 C5 C6 C7 C8 C10	8	24	32
Oral presentation	B3 B4 B10 C5 C6 C8 C9 C10 C11	4	8	12
Directed discussion	B2 B3 B4 B8 C5 C6 C8	8	24	32
Document analysis	A9 B1 B3 C1 C3 C7	1	3	4
Personalized attention		10	0	10



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

Methodologies	
Methodologies	Description
Case study	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.
Problem solving	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.
Oral presentation	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.
Directed discussion	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.
Document analysis	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.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Case study Directed discussion Oral presentation Problem solving Document analysis	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 desenrolo 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, empregárase a plataforma Moodle e o correo electrónico como vehículo de comunicación principal para a xestión de contidos, tutorías e a entrega de traballos. Acordárase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, mais terán a mesma obriga de realizaren actividades e de acudir a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Case study	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
Problem solving	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

Assessment comments



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 súa dedicación,

no obstante terán a mesma obrigaón de realizar actividades e de

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

completo.

"A realización fraudulenta das probas ou actividades de

avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na

convocatoriacorrespondente,

invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de

avaliación de cara a convocatoria extraordinaria?

### Sources of information

<b>Basic</b>	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
<b>Complementary</b>	

### Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(\*)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.