



| Guía Docente          |   |                    |  |          |
|-----------------------|---|--------------------|--|----------|
| Datos Identificativos |   |                    |  | 2021/22  |
| Asignatura (*)        | Dirección de marketing  | Código             | 611507006  |          |
| Titulación            | Mestrado Universitario en Dirección e Administración de Empresas (2013)   |                    |  |          |
| Descritores           |   |                    |  |          |
| 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<br>Rodríguez Fernández, María Magdalena  | Correo electrónico | oscar.juanatey.boga@udc.es<br>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<br>Sen cambios nos contidos<br><br>2. Metodoloxías<br>*Metodoloxías docentes que se manteñen<br>Sen cambios nas metodoloxías<br>*Metodoloxías docentes que se modifican<br><br>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado<br>Correo electrónico: a diario, para resolución de dúbidas, cuestións, ou fixar reunións virtuais.<br>Moodle: semanalmente para facilitar documentación ó alumnado ou a entrega dos seus traballos.<br>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.<br><br>4. Modificacións na avaliación<br>Sen cambios na avaliación.<br>*Observacións de avaliación:<br><br>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía<br>Sen cambios na bibliografía |                    |  |          |

| Competencias do título |  |
|------------------------|--|
| Código                 | Competencias 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 do título   |                                  |                                    |
|                                      | Realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa a empresa. | AP5<br>AP6<br>AP7                | BP6<br>BP9<br>BP10<br>BP12<br>BP14 |
| Xestionar o marketing-mix da empresa | AP11   | BP1<br>BP2<br>BP3<br>BP8<br>BP12 | CP5<br>CP7<br>CP10                 |



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

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

| Planificación                 |  |                   |   |              |
|-------------------------------|--|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas         | Competencias   | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Estudo de casos               | A5 A6 A7 A8 A9 A11<br>B3 B6 B7 B11 B13<br>B14 C1 C2 C3 C5 C6<br>C9 C11 | 20                | 40  | 60           |
| Solución de problemas         | A5 A6 A11 B2 B7 B8<br>B9 B10 B12 C1 C3<br>C4 C5 C6 C7 C8 C10           | 8                 | 24  | 32           |
| Presentación oral             | B3 B4 B10 C5 C6 C8<br>C9 C10 C11                                       | 4                 | 8   | 12           |
| Discusión dirixida            | B2 B3 B4 B8 C5 C6<br>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.<br>O obxectivo é que o profesor propoña casos de estudo 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 estudo, que se propoñan na materia, os alumnos deberán desenrolar 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.<br>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<br>Discusión dirixida<br>Presentación oral<br>Solución de problemas<br>Análise de fontes documentais | 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.<br>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.<br><br>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. |

| Avaliación            |  |  |               |
|-----------------------|--|--|---------------|
| Metodoloxías          | Competencias   | Descrición   | Cualificación |
| Estudo de casos       | A5 A6 A7 A8 A9 A11<br>B3 B6 B7 B11 B13<br>B14 C1 C2 C3 C5 C6<br>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<br>B9 B10 B12 C1 C3<br>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 requirirá 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 obrigação 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?

## Fontes de información

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Bibliografía básica</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>Bibliografía complementaria</b> |   |

## 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