UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Dirección de marketing		Código	611507006
Titulación	Mestrado Universitario en Dirección e Administración de Empresas (2013)			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	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 Rodríguez Fernández, María Magdalena	Correo electrónico	oscar.juanatey.boga@udc.es magdalena.rodriguez@udc.es	
Web				
Descrición xeral	Os obxectivos desta materia son saber aplicar os fundamentos e extratexias da direción comercial a casos reais e tomar decisións para cumplir 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 estratégico 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 - Deseñar estratexias 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 críticamente 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 AP6 AP7	BP6 BP9 BP10 BP12 BP14	CP5 CP7 CP8 CP10
Xestionar o marketing-mix da empresa	AP11	BP1 BP2 BP3 BP8 BP12	CP5 CP7 CP10

Tomar decisións no contorno comercial no que opera a empresa e avaliar as suas implicacións en relación ao resto de áreas funcionais.	AP5 AP6 AP7 AP8 AP9 AP11	BP1 BP2 BP3 BP4 BP6 BP7 BP8 BP9 BP10 BP11 BP12 BP13 BP14	CP1 CP2 CP3 CP4 CP5 CP6 CP7 CP8 CP9 CP10 CP11
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 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. 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 Discusión dirixida Presentación oral Solución de problemas 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 titorías. Nos horarios de titorías 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, 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.

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 oportunidad 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 obrigación de realizar actividades e de acudir a cualquer 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	
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