Guía Docente					
Datos Identificativos				2021/22	
Asignatura (*)	Fundamentos de Mercadotecnia		Código	650G01037	
Titulación					
Descriptores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Grao	1º cuadrimestre	Cuarto	Optativa	6	
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Rodríguez Vázquez, Clide		Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es	
Profesorado	Rodríguez Vázquez, Clide		Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es	
Web					
Descrición xeral	O principal obxectivo do curso é introducir os alumnos para que comprendan a importancia do papel do marketing e da investigación de mercados na economía e nos negocios. En concreto, os obxectivos do curso son: 1) Comprender os conceptos básicos da mercadotecnia e entender o proceso de toma de decisións que as empresas ou organizacións desenvolven na área de marketing. 2) Aplicar os fundamentos do marketing a casos reais de empresas e organizacións sen ánimo de lucro. 3) Aprender a analizar o micro-ambiente (competidores, provedores, clientes) e o macro-ambiente (económico, político-legal, tecnolóxico, ambiental) para realizar unha avaliación das oportunidades, ameazas, fortalezas e debilidades. 4) Saber como deseñar e aplicar a planificación estratéxica de marketing. 5) Comprender a importancia das variables do marketing-mix (produto, prezo, distribución e comunicación) na xestión da empresa. 6) Saber aplicar as políticas de produto, prezo, distribución e comunicación a casos, situacións e contextos reais.				

Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos ? Non se realizarán cambios 2. Metodoloxías Metodoloxías docentes que se manteñen ? Sesión maxistral expositiva e interactiva ? Seminarios ? Traballos Tutelados ? Proba de resposta múltiple Metodoloxías docentes que se modifican ? No caso dun escenario de semipresencialidade, a docencia expositiva pasará a ser telemática e a docencia interactiva e a presentación dos traballos tutelados manterase de xeito presencial. ? No caso dun escenario de virtualidade (sen presencialidade debido á situación) paso á docencia telemática expositiva e interactiva a través da plataforma Teams e/ou Campus Virtual. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado ? Correo electrónico: Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer o seguimento dos traballos tutelados. ? Campus Virtual: Diariamente. Segundo a necesidade do alumnado. Dispoñen de ?foros temáticos asociados aos módulos? da materia, para formular as consultas necesarias. ? Teams: 1 sesión semanal a través del grupo habilitado para o avance dos contidos teóricos e dos traballos tutelados na franxa horaria que ten asignada a materia no calendario de aulas da facultade. De 1 a 2 sesións semanais en pequeno grupo (ate 6 persoas), para o seguimento e apoio na realización dos ?traballos tutelados?. Esta dinámica permite facer un seguimento normalizado e axustado as necesidades da aprendizaxe do alumando para desenvolver o traballo da materia. Ademais, o grupo de equipos pode acoller as presentación dos traballos e poden ser vistos por Stream 4. Modificacións na avaliación Indica como queda a avaliación unha vez aplicadas as modificacións, sinalando a metodoloxía (% no peso da cualificación) e a súa descrición. ? Proba de resposta múltiple: no caso de que non se puidera realizar a avaliación dos coñecementos a través desta metodoloxía farase a través da metodoloxía de ?Traballos Tutelados? que pasaría a ter un peso do 100%. - ¬ Traballos tutelados (100%): En relación cos traballos tutelados valorarase:

-

Ø A Aplicación dos fundamentos teóricos.

Ø A Orixinalidade dos traballos. Se empleará el programa Turnitin de detección de plagio, no pudiendo superar el documento un 25% de coincidencia.

Ø A Calidade da presentación.

Ø A Precisión, claridade da exposición e calidade das respostas.

Ø As Fontes primarias e secundarias empregadas dentro da Revisión bibliográfica.

Observacións de avaliación:

(Para o alumnado con dedicación completa, alumnado a tempo parcial, requisitos para superar a materia, condicións da avaliación na 2ª oportunidade, etc.)

Mantéñense as mesmas que figuran na guía docente, agás que:

1. SITUACIÓNS:

A) Alumnado con dedicación completa:

Segunda Oportunidade: Os criterios de avaliación serán os mesmos que na primerira oportunidade.

Calificación de non presentado: Corresponde ao alumno, cando so participe de actividades de avaluación que tiñan una ponderación inferior a o 20% sobre a calificación final, con independencia da calificación alcanzada.

Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Agás as datas aprobadas na Xunta de Facultade para a proba do obxectivo final, para as outras probas acordarase un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación ao comezo do curso.

En condicións de avaliación final: Está prohibido acceder á sala de exames con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e / ou o almacenamento de información.

Identificación do alumno: O alumno deberá acreditar a súa personalidade de acordo coa normativa vixente.

2. REQUISITOS PARA SUPERAR A MATERIA:

1. Asistir e participar regularmente nas actividades da clase.
2. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación (traballos tutelados).
3. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique.
4. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios que a de xuño.

5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía

(Indica o material bibliográfico ou as ligazóns web que mudan con respecto á guía inicial)

? Non se realizarán cambios. Xa dispoñen de todos os materiais de traballo da maneira dixitalizada en Moodle.

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Xestionar e administrar una empresa ou organización de pequeño tamaño, entendendo a súa ubicación competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades.	A3 A5 A11 A18 A19	B1 B2 B3 B4 B6 B7 B8	
Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados. Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido.	A1 A3 A11 A20	B11 B12 B13	
Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo. Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.	A1	B5 B9 B14	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8
Saber diseñar e implementar un plan de marketing	A12 A23	B10	

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I. INTRODUCIÓN	TEMA 1. INTRODUCIÓN AO MARKETING
PARTE II. MARKETING ESTRATÉXICO	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. A SEGMENTACIÓN DO MERCADO E O POSICIONAMENTO TEMA 5. A INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. A FUNCIÓN DA ESTRATEXIA DE MARKETING
PARTE III. MARKETING OPERATIVO	TEMA 7. O PRODUTO E A MARCA TEMA 8. O PREZO TEMA 9. A DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TEMA 10. A COMUNICACIÓN COMERCIAL

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A5 A20 B1 B2 B3 B7 B8 B9 B11 C3 C4 C6 C7 C8	17	42.5	59.5
Seminario	A3 B10	4	0	4

Traballos tutelados	A11 A12 A18 A19 A23 B4 B5 B6 B13 B14 C1 C2 C5	25	50	75
Proba de resposta múltiple	A3 A18 B12	0.75	6.75	7.5
Atención personalizada		4	0	4
***Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado**				

Metodoloxías	
Metodoloxías	**Descrición**
Sesión maxistral	Explicación na clase dos diferentes temas con apoio de transparencias e medios audiovisuais. Valorarase a participación activa do alumno e dos diferentes membros do subgrupo formado.
Seminario	Realizaranse tutorías de grupo cunha duracion de 4 horas por subgrupo de 15 alumnos. As tutorías faranse por Teams e a planificación das mesmas serán establecidas e comunicarase con antelación. Estas tutorías servirán para orientar aos alumnos tanto na preparación das probas praticas coma na realización do examen individual que se realizará ao final do curso.
Traballos tutelados	Como complemento á clase maxistral expondranse casos prácticos de empresas, lecturas e exemplos actuais e novedosos que sirvan para exemplificar os conceptos que se explican na clase. Ademáis, faranse preguntas e cuestións na clase para que os alumnos saiban aplicar os conceptos que se explican na maxistral. Os alumnos ademais desenvolverán casos e/ou traballos en grupos reducidos. Desta forma conséguese unha docencia interactiva, práctica e unha participacion activa por parte do alumno ao longo do cuadrimestre
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual: 20 ou 30 preguntas tipo test. Cada pregunta mal contestada penaliza un tercio do valor da pregunta

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Traballos tutelados Sesión maxistral	Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que terán que desenrolar no caso práctico ou traballo. Así mesmo, se se ten algunha dúbida de material explicado en clase, pódese consultar co docente vía telemática a través de Teams e fixar un momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno Para o alumnado con recoñecemento 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.

Avaliación			
Metodoloxías	**Competencias / Resultados**	**Descrición**	**Cualificación**
Traballos tutelados	A11 A12 A18 A19 A23 B4 B5 B6 B13 B14 C1 C2 C5	Os grupos de alumnos terán que fecer un traballo e/ou resolver un caso prático. Preténdese fomentar o traballo colaborativo e en grupo dos alumnos. Este traballo será tutorizado polo profesor, tanto en titoría de grupo como en atención personalizada. Se o alumno suspendera na primeira oportunidade, a nota da parte práctica manterase para a segunda oportunidade. Non hai necesidade de ter que refacer de novo a práctica. É necesario acadar un 5 sobre 10 para superar a asignatura	60

Proba de resposta múltiple	A3 A18 B12	Preguntas Test de resposta múltiple (catro opcións). As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restricción para poder superar a materia que é do 50% Estos criterios manterase tamén para a opción de Xullo (2ª Oportunidade). Está prohibido acceder á aula de examen con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.	40

Observacións avaliación
A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN: 1. Condicións de avaliación: está prohibido acceder á sala de exames con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e / ou o almacenamento de información. 2. Identificación do alumno: o alumno deberá acreditar a súa personalidade segundo a normativa vixente. B) TIPOS DE VALORACIÓN: 1. Cualificación de non presentada: corresponde ao alumno, cando só participa en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a cualificación final, independentemente da cualificación acadada. 2. Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención de asistencia á exención de asistencia: os estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, aínda que estean exentos de asistencia, serán avaliados cos mesmos criterios que os estudantes a tempo completo. C) OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN: 1. Primeira oportunidade: aplicaranse os criterios de avaliación indicados anteriormente nesta sección. 2. Segunda oportunidade: os criterios de avaliación son os mesmos para todas as oportunidades de avaliación (se é o caso). 3. Convocatoria anticipada: na convocatoria anticipada é posible recuperar os puntos da avaliación continua (resolución de problemas, probas de resposta curta, intervencións durante as clases) mediante preguntas adicionais á proba obxectiva final. D) OUTRAS OBSERVACIÓNS DA AVALIACIÓN: No desenrrolo do traballo ou resolución do caso prático evaluarase: Ø A Aplicación dos fundamentos teóricos. Ø A Orixinalidade dos traballos. Se empleará el programa Turnitin de detección de plagio, no pudiendo superar el documento un 25% de coincidencia. Ø A Calidade da presentación. Ø A Precisión, claridade da exposición e calidade das respostas. Ø As Fontes primarias e secundarias empregadas dentro da Revisión bibliográfica.

Fontes de información

Bibliografía básica	- Kotler, P.; Cámara, D.; Grande, I. Y Cruz (2000). Introducción al Marketing. Prentice-Hall, Madrid, - Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid - Munuera Alemán, Jose Luis; Rodríguez Escudero, Ana Isabel (2012). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC - Munuera Alemán, José Luis; Rodríguez Escudero, Ana Isabel (2009). Casos de marketing estratégico en las organizaciones. ESIC - Jobber D.; Fahy J. (2010). Fundamentos de marketing. Mc Graw Hill
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Economía da Empresa: Función Organizativa/650G01003 Organización de Empresas/650G01016
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
Comercio Exterior/650G01041
Observacións
Valorase positivamente a participación en clase. Facilitarase bibliografia específica ao final de cada un dos temas impartidos.1. A entrega dos traballos documentais que se realicen nesta materia: a. Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informático b. Realizarase a través do Campus Virtual, en formato dixital sen necesidade de imprimilos2. Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sostenibilidade nos comportamentos persoais e profesionais.3. Traballaráse para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.4. Facilitarase a plena integración do alumnado que por razón físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades a un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.

(*)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