



Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Introdución ao Marketing	Código	611G02015	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánInglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Martinez Fernandez, Valentin	Correo electrónico	valentin.martinez@udc.es	
Profesorado	Calvo Porral, Cristina Martinez Fernandez, Valentin Membuela Pollán, Matías Enrique Rodríguez Fernández, María Magdalena Rodríguez Vázquez, Clide Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	cristina.calvo@udc.es valentin.martinez@udc.es matias.membuela@udc.es magdalena.rodriguez@udc.es c.rodriguezv@udc.es eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo desta materia é aplicar os fundamentos do márketing a casos reais de empresas			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Comprender a importancia da mercadotecnia como área de coñecemento das ciencias sociais e a súa relevancia para outras áreas do coñecemento.	A1	B1 B2	
Analizar o ámbito, a competencia, e igualmente o comportamento do consumidor, como elementos que han de ser considerados pola mercadotecnia para a toma de decisións estratéxicas e operativas.	A3 A4 A5 A6 A9	B3 B4	C1 C4
Entender a importancia da mercadotecnia como área funcional da empresa e a súa relación co resto de áreas funcionais da organización, e igualmente do seu obxectivo e funcións.	A2 A8 A11 A12	B8 B9 B10	C5 C7
Comprender e analizar as variables do mercadotecnia-mix e o seu desenvolvemento operativo por parte das organizacións. Aproximación ao concepto de mercadotecnia on-line e as súas repercusións na comunicación empresarial actual.	A4 A5 A6	B5 B6 B7	C6 C8

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I. INTRODUCCIÓN	TEMA 1. INTRODUCCIÓN AO MARKETING
PARTE II. MARKETING ESTRATÉGICO	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. O COMPORTAMIENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO E POSICIONAMENTO TEMA 5. A INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. LA FUNCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING



PARTE III. MARKETING OPERATIVO	TEMA 7. PRODUTO E A MARCA TEMA 8. PREZO TEMA 9. DISTRIBUCION COMERCIAL TEMA 10. COMUNICACIÓN COMERCIAL
--------------------------------	---

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A5 A12 B1 B2 B3 B4 B5 C6 C7 C8	17	51	68
Traballos tutelados	A6 A8 A11	12	18	30
Presentación oral	A4 A9 B6 B7 B8 B9	13	19.5	32.5
Eventos científicos e/ou divulgativos	B10 C1 C4 C5	5	0	5
Proba de resposta múltiple	A1	0.5	10	10.5
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 dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentación, a través de medios audiovisuais.
Traballos tutelados	Facilitarase ao alumnado textos e lecturas e pedirase a execución de traballos prácticos sustentados en análises bibliográficas dos diferentes temas cuxa finalidade consistirá en servir de complemento á clase maxistral; e deberase traballar en grupo para resolver as cuestións que se formulen.
Presentación oral	O grupo que os profesores designen deberá expoñer na clase práctica a lectura correspondente e/ou o traballo das actividades complementarias, así como responder ás cuestións que se lle formulen aos seus integrantes.
Eventos científicos e/ou divulgativos	O alumnado tamén deberá asistir a actividades complementarias de carácter práctico (conferencias, seminarios, talleres ou similares) co fin de coñecer casos prácticos expostos polos seus protagonistas; tamén en grupo se deberán analizar os contidos das devanditas actividades e reflectir a devandita análise nos correspondentes traballos que se someterán a avaliación.
Proba de resposta múltiple	Test de resposta múltiple individual. Cada pregunta mal contestada penaliza a cualificación da proba (tres preguntas mal contestadas contrarrestan unha correcta) e as cuestións en branco consideraranse mal contestadas.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Sesión maxistral Presentación oral	O alumno/a individualmente, e o grupo no seu conxunto, poderán consultar ao profesor as dúbidas sobre a materia e as correspondentes ao desenvolvemento dos casos prácticos/lecturas. Preferentemente vía telemática, a través de Teams e/ou correo electrónico. A tutorización de grupos reducidos levarase a cabo vía presencial ou telemática. Cada profesor ao inicio do curso informará ao alumnado sobre a programación das titorías de grupo reducido.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Traballos tutelados	A6 A8 A11	<p>Lecturas e /ou Traballos Prácticos sustentados en análise bibliográfica, Actividades Complementarias e Presentación Oral (40%)</p> <p>Todos os grupos deberán enviar aos profesores as lecturas analizadas e/ou traballos da Actividades Complementarias realizados previamente á exposición.</p> <p>Independemente da cualificación alcanzada na proba de resposta múltiple, se non se lograse unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 nas Lecturas/Traballos Prácticos a materia considerárase como non superada.</p>	40
Proba de resposta múltiple	A1	<p>Preguntas Test de resposta múltiple (catro opcións). A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restrición para poder superar a materia. É dicir, independentemente da cualificación alcanzada na parte práctica, se non se lograse unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 na proba de resposta múltiple non se computará esta nota e a materia considerárase como non superada.</p> <p>No caso de non ser superado o exame test e, por tanto, non aprobarse a materia, a cualificación final que figurará na correspondente acta será a alcanzada no devandito exame test.</p> <p>A asistencia a clase outorgará un plus de 0,5 puntos sobre a cualificación da proba de resposta múltiple, sempre que a cualificación desta sexa dun mínimo de 4,5 puntos sobre 10, e coa condición de que na devandita asistencia non se superen dúas ausencias en clases teóricas nin dúas ausencias en clases prácticas.</p>	60

Observacións avaliación



No desenrolo da parte práctica se valorará:

Aplicación dos fundamentos teóricos.

Calidade da presentación. Precisión, claridade da exposición e calidade das respostas. Fontes primarias e secundarias empregadas. Revisión bibliográfica. Observacións avaliación1. No caso daquel alumno que non compareza a ningunha das partes a avaliar, a cualificación que constará na acta será a media das ponderacións correspondentes.2. Valoración de non presentado: Corresponde ao alumno, cando só participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% da nota final, independentemente da cualificación acadada.3. Segunda oportunidade e convocatoria adiantada: Os criterios de avaliación son os mesmos para todas as oportunidades de avaliación. Ademais, se o alumno non realiza o traballo en grupo ou o suspende na primeira oportunidade ou na convocatoria adiantada, na segunda oportunidade poderá optar por realizar traballos grupais ou individuais. As características do traballo serán as mesmas que na primeira oportunidade ou na convocatoria adiantada.4. Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Salvo as datas aprobadas pola Xunta de Facultade para a proba obxectiva final, acordarase un calendario específico de datas compatibles ao comezo do curso para o restantes probas.coa súa dedicación. 5. Sobre as condicións de avaliación final: Queda prohibido acceder á aula de exames con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de información.6. A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na correspondente convocatoria, quedando sen efecto calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación da convocatoria extraordinaria.7. Identificación do alumno: O alumno deberá acreditar a súa identidade de acordo coa normativa vixente.8. Dadas as características do exame tipo test, a hora de inicio será inevitablemente a establecida no calendario oficial de exames. Unha vez iniciado, ningún alumno poderá acceder a el.

Fontes de información

Bibliografía básica

- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson
- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide
- Kerin, Roger A., & Hartley, Steven W. (2016). Marketing. Mc Graw-Hill
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary, (2018). Principios de Marketing. Pearson
- Grewal, Dhruv (2018). Marketing. McGraw-Hill Education
- Santesmases, M. (2011). Fundamentals of Marketing. Pirámide
- Calvo Porral, Cristina, & Satanton, J. L. (2017). Principles of Marketing. Esic

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Economía da Empresa: Dirección e Organización/611G02008

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Dirección Estratéxica e Política Empresarial I/611G02025

Materias que continúan o temario



Investigación de Mercados/611G02024

Distribución Comercial/611G02030

Dirección Comercial/611G02035

Observacións

A materia impartirase baixo os criterios de facilitar a plena integración do alumnado que por razóns físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais experimenten dificultades a un acceso adecuado, igualitario e proveitoso para a vida universitaria. Todo o material elaborado polo profesorado da materia está suxeito ao dereito da propiedade intelectual. Non se poderá utilizar, baixo ningún concepto, sen a autorización expresa dos seus autores.

(*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