



Guía Docente

Datos Identificativos					2024/25
Asignatura (*)	Introdución ao Marketing	Código	611G02015		
Titulación					
Descritores					
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos	
Grao	1º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	6	
Idioma	Inglés				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinación	Rodríguez Vázquez, Clide	Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es		
Profesorado	Czarczynska , Anna Marta Losada López, José María Membuela Pollán, Matías Enrique Rodríguez Vázquez, Clide Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	a.czarczynska@udc.es jose.maria.losada@udc.es matias.membuela@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 ESTRATÉXICO	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	Lecturas e /ou Traballos Prácticos sustentados en análise bibliográfica, Actividades Complementarias, Presentación Oral (40%) Todos os grupos deberán enviar aos profesores as lecturas analizadas e/ou traballos realizados previamente á exposición. Independentemente 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.	40
Proba de resposta múltiple	A1	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. 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. 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.	60

Observacións avaliación

Durante o desenvolvemento da parte práctica avaliarase:

Adaptación de contidos/fundamentos teóricos Organización e estrutura formal Alcance das conclusións/Revisión bibliográfica Organización de presentacións e capacidade de síntese. Calidade das respostas na presentación. Avaliación das observacións

1. No caso daquel alumno que non compareza a ningunha das partes a avaliar, a cualificación que constará na acta será a media dos pesos correspondentes.
2. Nota de non presentado: Corresponde ao alumno, cando só participe en actividades de avaliación que teñan un peso inferior ao 20% sobre a nota final, independentemente da cualificación acadada.
3. Segunda oportunidade e convocatoria anticipada: 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 anticipada, 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 anticipada.
4. Alumnado con recoñecemento de dedicación parcial e exención académica de exención de asistencia: Salvo as datas aprobadas pola Xunta de Facultade para a proba obxectiva final, para o resto das probas acordarase un calendario específico de datas compatibles a principios de o curso coa túa 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, unha vez acreditada, implicará directamente a cualificación de '0' suspenso na materia na convocatoria correspondente, quedando sen efecto calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación da convocatoria extraordinaria.

En todo caso e para todos os efectos, os aspectos relacionados coa "exención académica", "dedicación ao estudo", "permanencia" e "fraude académica" rexeranse conforme á normativa académica vixente da UDC, <https://www.udc.es/es/normative/academic/>

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

8. Dadas as características do exame tipo test, a hora de inicio será inevitablemente a fixada no calendario oficial de exames. Unha vez iniciado, ningún alumno poderá acceder a el.

Fontes de información



Bibliografía básica	<ul style="list-style-type: none">- 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 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 imprimilos.Debe terse en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sustentabilidade no comportamento persoal e profesional.Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas, e influír no medio para modificalos e promover valores de respecto e igualdade.Facilitarase a plena integración do alumnado que por razóns físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais experimente dificultades para obter un acceso adecuado, igualitario e rendible á vida universitaria. https://www.udc.es/export/sites/udc/normativa/_galeria_down/estudiantes/Normativa_ADI.pdf_2063069294.pdfPotenciarase a compatibilidade da actividade académica e deportiva do alumno que teña o recoñecemento da condición de deportista de alto nivel (DANUDC) ou de deportista de nivel cualificado ou similar, facilitando procesos como cambios de grupos docentes, horarios ou exames, co fin de que che permitan compatibilizar a túa aprendizaxe coas túas responsabilidades e actividades deportivas. 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