



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|--|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2020/21 |
| Asignatura (*) | Dirección de marketing | Código | 611507006 | |
| Titulación | | | | |
| 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 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 dirección comercial a casos reais e tomar decisións para cumprir os obxectivos da dirección de marketing | | | |
| Plan de contingencia | <p>1. Modificacións nos contidos Sen cambios nos contidos</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen Sen cambios nas metodoloxías *Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Correo electrónico: a diario, para resolución de dúbidas, cuestións, ou fixar reunións virtuais. 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.</p> <p>4. Modificacións na avaliación Sen cambios na avaliación. *Observacións de avaliación:</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Sen cambios na bibliografía</p> | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código | Competencias / Resultados do título |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|--|-----|------|-------------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | | | Competencias / Resultados do título |
| Realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa a empresa. | AP5 | BP6 | CP5 |
| | AP6 | BP9 | CP7 |
| | AP7 | BP10 | CP8 |
| | | BP12 | CP10 |
| | | BP14 | |



| | | | |
|---|---|--|---|
| 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 súas 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 | 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. |
| Discusión dirixida | |
| Presentación oral | 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. |
| Solución de problemas | |
| Análise de fontes documentais | 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 acudir 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 oportunidade 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 período 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.

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