



Guía Docente				
Datos Identificativos			2021/22	
Asignatura (*)	Marketing		Código	611G01035
Titulación				
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Rodríguez Vázquez, Clide	Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es	
Profesorado	Juanatey Boga, Oscar	Correo electrónico	oscar.juanatey.boga@udc.es	
	Rodríguez Vázquez, Clide		c.rodriguezv@udc.es	
Web				
Descrición xeral	O obxectivo fundamental da materia é introducir ao alumno en comprender a importancia da función de comercialización e investigación de mercados dentro da economía e a empresa. En concreto os obxectivos da materia son os seguintes: 1) Comprender os fundamentos básicos de Márketing e comprender o proceso de toma de decisións que as empresas ou organizacións desenvolven na área de Comercialización 2) Saber aplicar os fundamentos de márketing a casos reais de empresas e organizacións sen ánimo de lucro. 3) Saber analizar o micro-contorna (competencia, provedores, clientes) e o macro-contorna (económico, político-legal, tecnolóxico, medio-ambiental) para poder realizar un diagnóstico das oportunidades, ameazas, debilidades e fortalezas. 4) Saber deseñar e implementar a planificación estratéxica de márketing. 5) Comprender a importancia que as variables do márketing-mix (produto, prezo, distribución e comunicación) teñen 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 ? Presentación oral dos traballos tutelados ? 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 Moodle. 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. ? Moodle: 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 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 alumnado 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 ? 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 empregará o programa Turnitin de detección de plagio, non podendo superar o 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:
-----------------------------	---



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

1. SITUACIÓNS:

A) Alumnado con dedicación completa

B)

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

Calificación de non presentado: Corresponde ao alumno, cando so participe de actividades de avaliación 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. Obter unha puntuación do 50% do peso de cada unha das partes obxecto de avaliación (traballos tutelados).
2. Entregar e expoñer os traballos tutelados na data que se indique.
3. A oportunidade de xullo estará sometida aos mesmos criterios que a de xuño.

5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía

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



Competencias do título

Código	Competencias do título
--------	------------------------

Resultados da aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias do título		
Comprender a importancia do marketing como área de coñecemento das ciencias sociais e a súa relevancia para outras disciplinas propias do ámbito da economía	A1 A2 A8 A11	B1 B2	
Entender a importancia do marketing como área funcional da empresa e a súa relación co resto de áreas estratéxicas e operativas da organización, así como do seu obxectivo e funcións, ao obxecto de comprender o seu papel na Economía	A12 A13	B7 B8 B9	C5 C7
Analizar a contorna, a competencia e igualmente o comportamento do consumidor como elementos que han de ser considerados polo márketing para a toma de decisións tanto estratéxicas como operativas.	A3 A4 A5 A6 A9	B3 B4	C1 C4
Analizar os fundamentos da investigación comercial e das principais estratexias de comercialización de produtos e marcas.	A7		
Comprender e analizar as variables do marketing-mix e o seu desenvolvemento operativo por parte das organizacións. Aproximación ao concepto de marketing on-line e as súas repercusións na comunicación empresarial actual. Ao tempo de penetrarse nas novas tendencias do marketing.	A4 A5 A6 A10	B5 B6	C6 C8

Contidos

Temas	Subtemas
PARTE I. INTRODUCCIÓN AO MARKETING	TEMA 1. O ROL DO MARKETING NA ECONOMÍA
PARTE II. INVESTIGACIÓN COMERCIAL	TEMA 2. ANÁLISE DO ENTORNO ECONÓMICO E EMPRESARIAL E DA COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO TEMA 5. INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. ESTRATEXIAS DE MARKETING
PARTE III. DECISIÓNS DO MARKETING MIX	TEMA 7. POLÍTICA DE PRODUCTOS E MARCAS DA EMPRESA TEMA 8. POLÍTICA DE PREZOS DA EMPRESA TEMA 9. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TEMA 10. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN NA EMPRESA

Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A3 A5 A8 A12 B2 B3 B4 B5 B7 B9 C6 C7 C8	17	42.5	59.5
Presentación oral	A4 A9 A13 B6 B8 C1	12	24	36
Traballos tutelados	A2 A6 A7 A10 A11 C1 C4 C5	13	26	39
Proba de resposta múltiple	B1	0.75	6.75	7.5
Atención personalizada		8	0	8



*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 presentacións, a través de medios audiovisuais. Non se entregará aos alumnos/as as diapositivas.
Presentación oral	O grupo que os profesores designen deberá expoñer na clase práctica a lectura correspondente e/ou o traballo de casos prácticos, así como responder as cuestións que se lle expoñan aos seus integrantes.
Traballos tutelados	Facilitaranse textos e lecturas e/ou traballos prácticos sustentados en análises bibliográficas dos diferentes temas aos alumnos como complemento á clase maxistral. Deberán ser traballados en grupo e resolver cuestións que se lles expoñan acerca dos mesmos.
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 non se poderá deixar en branco ningunha cuestión.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Sesión maxistral Presentación oral	Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que teñen que desenvolver nos traballos tutelados. Así mesmo, se o alumno ten algunha dúbida do 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

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A2 A6 A7 A10 A11 C1 C4 C5	Traballos prácticos relacionados con lecturas, casos prácticos sustentados en análises bibliográficas, e presentacións orais. Estes traballos deberán ser realizados polo alumnado en grupo para a súa posterior exposición. Todos os grupos deberán enviar aos profesores en formato pdf, previamente á exposición, o desenvolvemento dos traballos tutelados analizados. Neste bloque establécese un mínimo ou restrición para poder superar a materia. É dicir, independentemente da cualificación alcanzada na proba de resposta múltiple, se non se lograse unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 neste bloque a materia considerárase como Non Superada e a calificación final que figurará na acta será a acadada neste bloque.	50
Proba de resposta múltiple	B1	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 a materia considerárase como Non Superada. No caso de non ter superado o exame test e, por tanto, non aprobarse a materia, a cualificación final que figurará na correspondente acta será a acadada neste bloque	50



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. Nota de non presentación: corresponde ao alumno, cando só participa en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a nota final, independentemente da nota acadada.

2. Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención académica de 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.

3. Convocatoria adiantada: na convocatoria adiantada é posible recuperar os puntos da avaliación continua (solución de problemas, probas de resposta breve, intervencións durante as sesións maxistras) mediante preguntas adicionais á proba obxectiva final.

D) OUTRAS OBSERVACIÓNS DE AVALIACIÓN:

No caso de non acadar 5 en ningunha das partes, a nota final que aparecerá na acta será a media de ambos bloques

No desenvolvemento da parte práctica avaliarase o seguinte:

Ø A aplicación dos fundamentos teóricos.

Ø A orixinalidade das obras. Utilizarase o programa de detección de plaxios de Turnitin e o documento non pode superar o 25% de coincidencia.

Ø A calidade da presentación.

Ø Precisión, claridade da presentación e calidade das respostas.

Ø As fontes primarias e secundarias empregadas na Revisión Bibliográfica.

Fontes de información

Bibliografía básica	- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid, 6ª ed. - Santesmases, M. (2011). Fundamentals of Marketing. Pirámide, Madrid
----------------------------	---

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións



1. A entrega dos traballos

documentais que se realicen nesta materia: a. Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informático b. Realizarase a través de Moodle, 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. Traballarase 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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías