



## Teaching Guide

| Teaching Guide      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                                                   |           |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------|-----------|
| Identifying Data    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                                                   | 2016/17   |
| Subject (*)         | Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |        | Code                                              | 611G01035 |
| Study programme     | Grao en Economía                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |        |                                                   |           |
| Descriptors         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                                                   |           |
| Cycle               | Period                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Year   | Type                                              | Credits   |
| Graduate            | 1st four-month period                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Fourth | Obligatoria                                       | 6         |
| Language            | Spanish                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |        |                                                   |           |
| Teaching method     | Face-to-face                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |                                                   |           |
| Prerequisites       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                                                   |           |
| Department          | Análise Económica e Administración de Empresas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |        |                                                   |           |
| Coordinador         | Juanatey Boga, Oscar                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | E-mail | oscar.juanatey.boga@udc.es                        |           |
| Lecturers           | Juanatey Boga, Oscar<br>Rodríguez Vázquez, Clide                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | E-mail | oscar.juanatey.boga@udc.es<br>c.rodriguezv@udc.es |           |
| Web                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |                                                   |           |
| General description | 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:<br>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<br>2) Saber aplicar os fundamentos de márketing a casos reais de empresas e organizacións sen ánimo de lucro.<br>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.<br>4) Saber deseñar e implementar a planificación estratéxica de márketing.<br>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 |        |                                                   |           |

## Study programme competences

| Code | Study programme competences                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A3   | CE3-Aportar racionalidade á análise e á descripción de calquera aspecto da realidade económica.                                                                                                                                                                                                                                   |
| A4   | CE4-Avaliar consecuencias e distintas alternativas de acción e seleccionar as mellores, dados os obxectivos.                                                                                                                                                                                                                      |
| A5   | CE5-Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas da economía (internacional, nacional ou rexional) ou de sectores da mesma.                                                                                                                                                                                          |
| A6   | CE6-Redactar proxectos de xestión económica a nivel internacional, nacional ou rexional. Integrarse na xestión empresarial.                                                                                                                                                                                                       |
| A7   | CE7-Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| A9   | CE9-Derivar dos datos información relevante imposible de recoñecer por non profesionais.                                                                                                                                                                                                                                          |
| A10  | CE10-Usar habitualmente a tecnoloxía da información e as comunicación en todo a seu desempeño profesional.                                                                                                                                                                                                                        |
| A12  | CE12-Aplicar á análise dos problemas criterios profesionais baseados no manexo de instrumentos técnicos.                                                                                                                                                                                                                          |
| A13  | CE13-Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo.                                                                                                                                                                                                                                                               |
| B1   | CB1 - Que os estudantes demostren posuir e comprender coñecementos nun área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e que soe encontrar nun nivel que, aínda que se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| B2   | CB2 - Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúan as competencias que se demostran por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da su entorna de traballo.                                                             |
| B3   | CB3 - Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da su área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética                                                                                          |
| B4   | CB4 - Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado                                                                                                                                                                                       |



|    |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| B5 | CB5 - Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía                                                                                                          |
| B6 | CG1- Que os estudantes formados se convertan en profesionais capaces de analizar, reflexionar e intervir sobre os diferentes elementos que constitúen un sistema económico                                                                                 |
| B8 | CG3 -Que os estudantes sexan capaces de identificar e anticipar os problemas económicos relevantes, identificar alternativas de resolución, seleccionar as máis axeitadas e avaliar os resultados aos que conduce.                                         |
| C1 | CT1-Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.                                                                                                                                               |
| C4 | CT2-Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común. |
| C5 | CT3-Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.                                                                                                                                               |
| C6 | CT4-Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.                                                                                                                      |
| C7 | CT5-Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.                                                                                                                                                                       |
| C8 | CT6-Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.                                                                                                          |

| Learning outcomes                                                                                                                                                                                                                                                                     |                             |          |          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------|----------|
| Learning outcomes                                                                                                                                                                                                                                                                     | Study programme competences |          |          |
| Comprender a importancia do marketing como área de coñecemento das ciencias sociais e a súa relevancia para outras disciplinas propias do ámbito da economía                                                                                                                          |                             | B1<br>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<br>A13                  | B8       | C5<br>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<br>A4<br>A5<br>A6<br>A9  | B3<br>B4 | C1<br>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<br>A5<br>A6<br>A10       | B5<br>B6 | C6<br>C8 |

| Contents                              |                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Topic                                 | Sub-topic                                                                                                                                                                                                            |
| 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<br>TEMA 3. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR<br>TEMA 4. SEGMENTACIÓN DO MERCADO<br>TEMA 5. INVESTIGACIÓN COMERCIAL<br>TEMA 6. ESTRATEXIAS DE MARKETING |
| PARTE III. DECISIÓNS DO MARKETING MIX | TEMA 7. POLÍTICA DE PRODUCTOS E MARCAS DA EMPRESA<br>TEMA 8. POLÍTICA DE PREZOS DA EMPRESA<br>TEMA 9. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL<br>TEMA 10. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN NA EMPRESA                                         |

| Planning              |              |                      |                               |             |
|-----------------------|--------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |



|                                                                                                                                 |                                   |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------|------|------|
| Guest lecture / keynote speech                                                                                                  | A3 A5 A12 B2 B3 B4<br>B5 C6 C7 C8 | 17   | 42.5 | 59.5 |
| Events academic / information                                                                                                   | A10 C1 C4 C5                      | 4    | 0    | 4    |
| Oral presentation                                                                                                               | A4 A9 A13 B8 B6                   | 12   | 24   | 36   |
| Workbook                                                                                                                        | A6 A7                             | 13   | 26   | 39   |
| Multiple-choice questions                                                                                                       | B1                                | 0.75 | 6.75 | 7.5  |
| Personalized attention                                                                                                          |                                   | 4    | 0    | 4    |
| (*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students. |                                   |      |      |      |

| Methodologies                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies                  | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Guest lecture / keynote speech | Explicación dos contidos do programa teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais.<br>Non se entregará aos alumnos/as as diapositivas. Levarase a cabo, por parte dos profesores, un control da asistencia ás clases. A asistencia regular será valorada na cualificación da materia.                     |
| Events academic / information  | 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 deberán analizar os contidos das devanditas actividades e reflectir devandita análise nos correspondentes traballos que se someterán a avaliación. |
| Oral presentation              | O grupo que os profesores designen deberá expoñer na clase práctica a lectura correspondente e/ou o traballo das actividades complementarias, así como responder as cuestións que se lle expoñan aos seus integrantes.                                                                                                                                                      |
| Workbook                       | 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.                                                                                                           |
| Multiple-choice questions      | 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.                                                                                                                                                       |

| Personalized attention                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies                                                                                    | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Workbook<br>Guest lecture / keynote speech<br>Events academic / information<br>Oral presentation | Os diferentes membros do grupo poden consultar a parte que teñen que desenvolver nas lecturas e actividades complementarias.<br>Así mesmo, se se ten algunha dúbida de material explicado en clase, pódese consultar co docente no seu despacho ou fixar outro momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno |

| Assessment    |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |               |
|---------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Methodologies | Competencies | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Qualification |
| Workbook      | A6 A7        | Lecturas, e/ou traballos prácticos sustentados en análises bibliográficas, actividades complementarias e presentación oral (40%)<br><br>As lecturas deberán ser analizadas polo alumnado en grupo para a súa posterior exposición.<br><br>Todos os grupos deberán enviar aos profesores, en formato pdf, as lecturas e traballos da Actividades Complementarias analizadas e previamente a exposición. | 40            |



|                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |
|---------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Multiple-choice questions | B1 | <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>A asistencia a clase outorgará un plus de 0,5 puntos sobre a calificación da proba de resposta múltiple, sempre que a calificación desta sexa dun mínimo de 4,5 puntos sobre 10, e sempre e cando en dita asistencia non se superen nin dúas ausencias en clases teóricas nin tampouco se superen dúas ausencias en clases prácticas.</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 e ponderado ao 60%.</p> | 60 |
|---------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## Assessment comments

No desenvolvemento da parte práctica valorárase: ØA aplicación dos fundamentos teóricos. ØA calidade da presentación. ØA precisión, claridade da exposición e calidade das respostas. ØAs fontes primarias e secundarias empregadas. ØA revisión bibliográfica.

## Sources of information

|               |                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Basic         | <ul style="list-style-type: none"><li>- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid, 6ª ed.</li><li>- Santesmases, M. (2011). Fundamentals of Marketing. Pirámide, Madrid</li></ul> |
| Complementary |                                                                                                                                                                                                                      |

## Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.