



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2020/21
Subject (*)	Marketing		Code	611G01035
Study programme	Grao en Economía			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatory	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Empresa			
Coordinador	Juanatey Boga, Oscar	E-mail	oscar.juanatey.boga@udc.es	
Lecturers	Juanatey Boga, Oscar Rodríguez Vázquez, Clide	E-mail	oscar.juanatey.boga@udc.es 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: 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			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	CE1- Contribuír á boa xestión da asignación de recursos tanto no ámbito privado como no público.
A2	CE2-Identificar e anticipar problemas económicos relevantes en relación coa asignación de recursos en xeral, tanto no ámbito privado como no público.
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.
A8	CE8-Entender as institucións económicas como resultado e aplicación de representacións teóricas ou formais acerca de cómo funciona a economía.
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 o seu desempeño profesional.
A11	CE11-Leer e comunicarse no ámbito profesional en máis dun idioma, en especial en inglés.
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 súa entorna de traballo.
B3	CB3 - Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa 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
B7	CG2 - Que os estudantes coñezan o funcionamento e as consecuencias dos sistemas económicos, as distintas alternativas de asignación de recursos, acumulación de riqueza e distribución da renda e estean en condicións de contribuír ao seu bo funcionamento e mellora
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.
B9	CG4 -Que os estudantes respecten os dereitos fundamentais e de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez.
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	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	B3	C1
	A4	B4	C4
	A5		
	A6		
	A9		
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	B5	C6
	A5	B6	C8
	A6		
	A10		

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
	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

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A1 A3 A5 A8 A12 B2 B3 B4 B5 B7 B9 C6 C7 C8	17	42.5	59.5
Oral presentation	A4 A9 A13 B8 B6 C1	12	24	36
Supervised projects	A2 A6 A7 A10 A11 C1 C4 C5	13	26	39
Multiple-choice questions	B1	0.75	6.75	7.5
Personalized attention		8	0	8

(*)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. Non se entregará aos alumnos/as as diapositivas.
Oral presentation	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.
Supervised projects	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
Supervised projects Guest lecture / keynote speech Oral presentation	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 có docente vía telemática a través de Teams e fixar un momento para aclarar dúbidas e facilitar o seguimento do alumno

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	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
Multiple-choice questions	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

Assessment comments



No caso de Non acadar o 5 en ningunha das dúas partes, a nota media final que aparecerá no acta será a media de ambos bloques
No desenvolvemento da parte práctica valorarase:

Ø A Aplicación dos fundamentos teóricos.

Ø A Orixinalidade dos traballos. Utilizarase o programa de detección de plaxio Turnitin e o documento non pode superar o 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.

Segunda Oportunidade e Convocatoria adiantada:

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.



Sources of information

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

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 prexuizos 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.

(*)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.