UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2022/23
Asignatura (*)	Marketing			Código	611G01035
Titulación	Grao en Economía				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso		Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto		Obligatoria	6
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinador/a	Rodríguez Vázquez, Clide		Correo electrónico	c.rodriguezv@udc.es	
Profesorado	Juanatey Boga, Oscar Rodríguez Vázquez, Clide		Correo electrónico	oscar.juanatey.boga@udc.es c.rodriguezv@udc.es	
Web					
Descripción general	El objetivo fundamental de la asignatura es introducir al alumno en comprender la importancia de la función de comercialización e investigación de mercados dentro de la economía y la empresa. En concreto los objetivos de la asignatura son los siguientes: 1) Comprender los fundamentos básicos de Marketing y comprender el proceso de toma de decisiones que las empresas u organizaciones desarrollan en el área de Comercialización 2) Saber aplicar los fundamentos de marketing a casos reales de empresas y organizaciones sin ánimo de lucro 3) Saber analizar el micro-entorno (competencia, proveedores, clientes) y el macro-entorno (económico, político-legal, tecnológico, medio-ambiental) para poder realizar un diagnóstico de las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas. 4) Saber diseñar e implementar la planificación estratégica de marketing 5) Comprender la importancia que las variables del marketing-mix (producto, precio, distribución y comunicación) tienen en la gestión de la empresa 6) Saber aplicar las políticas de producto, precio, distribución y comunicación a casos, situaciones y contextos reales				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	CE1-Contribuir a la buena gestión de la asignación de recursos tanto en el ámbito privado como en el público.
A2	CE2-Identificar y anticipar problemas económicos relevantes en relación con la asignación de recursos en general, tanto en el ámbito privado como en el público.
A3	CE3-Aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad económica.
A4	CE4-Evaluar consecuencias de distintas alternativas de acción y seleccionar las mejores, dados los objetivos.
A5	CE5-Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la economía (internacional, nacional o regional) o de sectores de la misma.
A6	CE6-Redactar proyectos de gestión económica a nivel internacional, nacional o regional. Integrarse en la gestión empresarial.
A7	CE7-Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
A8	CE8-Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.
A9	CE9-Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
A10	CE10-Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.
A11	CE11-Leer y comunicarse en el ámbito profesional en más de un idioma, en especial en inglés.
A12	CE12-Aplicar al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.
A13	CE13-Comunicarse con fluidez en su entorno y trabajar en equipo.

B1	CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
B2	CB2 -Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de trabajo
B3	CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	CG1- Que los estudiantes formados se conviertan en profesionales capaces de analizar, reflexionar e intervenir sobre los diferentes elementos que constituyen los sistemas económicos
B7	CG2 -Que los estudiantes conozcan el funcionamiento y las consecuencias de los sistemas económicos, las distintas alternativas de asignación de recursos, acumulación de riqueza y distribución de la renta y estén en condiciones de contribuir a su buen funcionamiento y mejora.
B8	CG3 - Que los estudiantes sean capaces de identificar y anticipar los problemas económicos relevantes, identificar alternativas de resolución, seleccionar las más adecuadas y evaluar los resultados a los que conduce.
B9	CG4 -Que los estudiantes respeten los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, respetar la promoción de los Derechos Humanos y los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad
C1	CT1-Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C4	CT2-Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	CT3-Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	CT4-Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	CT5-Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	CT6-Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Comprender la importancia del marketing como área de conocimiento de las ciencias sociales y su relevancia para otras disciplinas propias del ámbito de la economía	A1 A2 A8 A11	B1 B2	
Entender la importancia del marketing como área funcional de la empresa y su relación con el resto de áreas estratégicas y operativas de la organización, así como de su objetivo y funciones, al objeto de comprender su papel en la Economía	A12 A13	B7 B8 B9	C5 C7
Analizar el entorno, la competencia e igualmente el comportamiento del consumidor como elementos que han de ser considerados por el marketing para la toma de decisiones tanto estratégicas como operativas.	A3 A4 A5 A6 A9	B3 B4	C1 C4
Analizar los fundamentos de la investigación comercial y de las principales estrategias de comercialización de productos y marcas.	A7		

Comprender y analizar las variables del marketing-mix y su desarrollo operativo por parte de las organizaciones. Aproximación al concepto de marketing on-line y sus repercusiones en la comunicación empresarial actual. Al tiempo de adentrarse en las nuevas tendencias del marketing.	A4 A5 A6 A10	B5 B6	C6 C8

Contenidos	
Tema	**Subtema**
PARTE I. Concepto de Marketing y su papel en la Economía	TEMA 1. EL ROL DEL MARKETING EN LA ECONOMÍA
PARTE II. Investigación Comercial	TEMA 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO Y EMPRESARIAL Y DE LA COMPETENCIA TEMA 3. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TEMA 4. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO TEMA 5. INVESTIGACIÓN COMERCIAL TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MERKETING
PARTE III. Decisiones de Marketing-Mix	TEMA 7. POLÍTICA DE PRODUCTOS Y MARCAS DE LA EMPRESA TEMA 8. POLÍTICA DE PRECIOS DE LA EMPRESA TEMA 9. DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TEMA 10. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Sesión magistral	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
Trabajos tutelados	A2 A6 A7 A10 A11 C1 C4 C5	13	26	39
Prueba de respuesta múltiple	B1	0.75	6.75	7.5
Atención personalizada		8	0	8
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	Explicación de los contenidos del programa teórico de la asignatura mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones, a través de medios audiovisuales. Los estudiantes no recibirán las diapositivas.
Presentación oral	El grupo designado por los maestros tendrá que exponer en la clase práctica la lectura correspondiente y / o el trabajo de casos prácticos, así como responder las preguntas que lo exponen a sus miembros.
Trabajos tutelados	Se proporcionarán a los estudiantes textos y lecturas y / o trabajos prácticos basados en análisis bibliográficos de los diferentes temas como complemento de la clase magistral. Tendrán que trabajar en grupos y resolver preguntas que se les expongan sobre ellos.
Prueba de respuesta múltiple	Test individual de opción múltiple. Cada pregunta respondida incorrectamente penaliza la calificación de la prueba (tres preguntas respondidas incorrectamente contrarrestan una correcta) y ninguna pregunta puede dejarse en blanco.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**

Trabajos tutelados Sesión magistral Presentación oral	Los diferentes miembros del grupo pueden consultar la parte que deben desarrollar en los trabajos supervisados. Además, si el alumno tiene alguna pregunta sobre el material explicado en clase, puede consultar al profesor electrónicamente a través de Teams y establecer un horario para aclarar preguntas y facilitar el seguimiento del alumno. Alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial: la atención personalizada para el alumnado a tiempo parcial se hará del mismo modo que para el alumnado a tiempo completo La tutorización de grupos reducidos se llevará a cabo vía presencial o telemática. Cada profesor, al inicio del curso, informará al alumno sobre la programación de las tutorías de grupo reducido.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Trabajos tutelados	A2 A6 A7 A10 A11 C1 C4 C5	Trabajos prácticos relacionados con lecturas, casos prácticos basados en análisis bibliográficos y presentaciones orales. Estos trabajos deberán ser realizados por los alumnos en grupo para su exposición posterior. Todos los grupos deben enviar a los docentes en formato pdf, antes de la exposición, el desarrollo de los trabajos tutelados analizados. En este bloque se establece un mínimo o restricción para poder aprobar la asignatura. Es decir, independientemente de la calificación obtenida en la prueba de opción múltiple, si no se obtiene una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 en este bloque, la asignatura se considerará No Superada.	50
Prueba de respuesta múltiple	B1	Preguntas Test de opción múltiple (cuatro opciones). La prueba de respuesta múltiple establece un mínimo o una restricción para poder aprobar la asignatura. Es decir, independientemente de la calificación alcanzada en la parte práctica, si no se obtiene una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 en la prueba de opción múltiple, la asignatura se considerará No Superada. La asistencia a clase otorgará un plus de 0,5 puntos sobre la calificación de la prueba de respuesta múltiple, siempre que la calificación de esta sea de un mínimo de 4,5 puntos sobre 10, y con la condición de que en dicha asistencia no se superen dos ausencias en clases teóricas ni dos ausencias en clases prácticas. La prueba de respuesta múltiple se realizará en la fecha establecida en el calendario académico oficial	50

Observaciones evaluación

A) NORMATIVA DE EVALUACIÓN:1. Condiciones de evaluación: está prohibido acceder al aula del examen con cualquier dispositivo que permita la comunicación con el exterior y/o almacenamiento de información.2. Identificación del estudiante: el estudiante ha de acreditar su personalidad de acuerdo con la normativa vigente.B) TIPOS DE CALIFICACIÓN: 1. Calificación de no presentado: corresponde al alumno, cuando solo participe en actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.2. Estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: los estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial, aunque estén exentos de asistencia, serán evaluados con los mismos criterios que a los alumnos a tiempo completo.C) OPORTUNIDADES DE EVALUACIÓN: 1. Primera oportunidad: se aplicarán los criterios de evaluación anteriormente indicados en esta sección. 2. Segunda oportunidad: los criterios de evaluación son los mismos para todas las oportunidades de evaluación (si fuera este el caso). Los criterios de evaluación utilizados en la primera opción se aplicarán también en la opción de julio. En adición, si el alumno no hace el trabajo en grupo en la primera oportunidad, en la segunda oportunidad deberá hacer un trabajo individual o grupal. Las características serán las mismas que en la primera oportunidad. 3. Convocatoria adelantada: en la convocatoria adelantada es posible recuperar los puntos de la evaluación continua (solución de problemas, pruebas de respuesta breve, intervenciones durante las sesiones magistrales) mediante preguntas adicionales a la prueba objetiva final.D) OTRAS OBSERVACIONES DE EVALUACIÓN:

En el caso de No haber superado los trabajos tutelados y, por tanto, de No haber superado la materia, la calificación final que constará en el acta correspondiente será la obtenida en este bloque.
En el caso de No haber superado la prueba de respuesta múltiple y, por tanto, de No haber superado la materia, la calificación final que aparecerá en el acta correspondiente será la obtenida en este bloque.
En el caso de no alcanzar el 5 en ninguna de las dos partes, y por tanto No aprobar la materia, la nota final que constará en el acta será la media de ambos bloques (trabajo tutelado y prueba de respuesta múltiple).
En el desarrollo de la parte práctica se valorará:Ø La aplicación de los fundamentos teóricos.Ø La originalidad de las obras. Se utilizará el programa de detección de plagio Turnitin y el documento no puede superar el 25% de coincidencia.Ø La calidad de la presentación.Ø Precisión, claridad de presentación y calidad de las respuestas.Ø Las fuentes primarias y secundarias utilizadas en la Revisión Bibliográfica.La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de fallo '0' en la materia en la correspondiente convocatoria, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Fuentes de información	
Básica	- Santesmases, M. (2012). Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid, 6ª ed. - Santesmases, M. (2011). Fundamentals of Marketing. Pirámide, Madrid - Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing. Pearson - Kotler, Phillip & Armstrong, Gary, (2018). Principios de Marketing. Perason - Grewal, Dhruv (2018). Marketing. McGraw-Hill Education - Kerin, Roger A., & Hartley, Steven W. (2016). Marketing. Mc Graw-Hill
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios

1. La entrega de los trabajos documentales que se realizan en esta materia:a. Se solicitará en formato virtual y / o soporte informáticob. Se realizará a través del Campus Virtual, en formato digital sin necesidad de imprimirlos.2. Se debe tener en cuenta la importancia de los principios éticos relacionados con los valores de sostenibilidad en los comportamientos personales y profesionales.3. Se trabajará para identificar y modificar prejuicios y actitudes sexistas, e influirá en el entorno para modificarlos y promover valores de respeto e igualdad.4. Se facilitará la plena integración del alumnado que por razones físicas, sensoriales, psíquicas o socioculturales, experimente dificultades para un acceso adecuado, igualitario y rentable a la vida universitaria. https://www.udc.es/export/sites/udc/normativa/_galeria_down/estudantes/Normativa_ADI.pdf_2063069294.pdf5. Se promoverá la compatibilidad de la actividad académica y deportiva del alumno que tenga el reconocimiento de la condición de deportista de alto nivel (DANUDC) o de deportista de nivel cualificado o similar facilitándoles procesos como cambios de grupos docentes, horarios o exámenes, a los efectos de permitir conciliar su aprendizaje con sus responsabilidades y actividades deportivas. https://sede.udc.gal/services/electronic_board/EXP2021/006963/document?logicalId=60063477-81aa-4320-84cd-114f4aeae4a7&documentCsv=K5VNMF199EV2JUQLKAR00E8M5. Todo el material elaborado por el profesorado de la materia está sujeta al derecho de la propiedad intelectual. No se podrá utilizar, bajo ningún concepto, sin la autorización expresa de sus autores.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías