



Guia docente				
Datos Identificativos			2016/17	
Asignatura (*)	Dirección Comercial		Código	611G02035
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Obligatoria	6
Idioma	CastellanoGallego			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador/a	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
Profesorado	Blazquez Lozano, Felix	Correo electrónico	felix.blazquez@udc.es	
	Calvo Dopico, Domingo Javier		domingo.calvo.dopico@udc.es	
	Juanatey Boga, Oscar		oscar.juanatey.boga@udc.es	
	Martinez Fernandez, Valentin		valentin.martinez@udc.es	
Web				
Descripción general	Los objetivos de esta asignatura son saber aplicar los fundamentos de la direccion comercial a casos reales y tomar decisiones para cumplir los objetivos comerciales			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	CE1 - Gestionar y administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
A2	CE2 - Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
A3	CE3 - Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa.
A4	CE4 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
A5	CE5 - Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa.
A6	CE6 - Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
A8	CE8 - Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
A9	CE9 - Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.
A11	CE11 - Aplicar al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.
A12	CE12 - 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- Desempeñar labores de gestión, asesoramiento y evaluación en las organizaciones empresariales
B7	CG2 - Manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de la empresa, así como entender las relaciones que existen entre ellas y con los objetivos generales de la organización
B8	CG3 - Ser capaz de tomar decisiones, y, en general, asumir tareas directivas



B9	CG4 - Saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar y motivar a las personas, tomar decisiones en condiciones de incertidumbre, alcanzar los objetivos propuestos y evaluar resultados
B10	CG5 - Respetar 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 del título		
Saber realizar un diagnóstico estratégico del sector en el que se encuentra ubicado la empresa u organización	A1 A2 A3	B1 B2 B3	C1 C4 C5
Saber realizar un análisis DAFO y sus implicaciones para desarrollar la estrategia y líneas de actuación	A4 A6 A8		
Saber segmentar y posicionarse estratégicamente en los mercados	A6 A8		
Saber trabajar en equipo y discutir información relevante	A12	B4 B5	C1 C4 C5 C6
Fomentar el espíritu crítico y el trabajo autónomo y la iniciativa emprendedora			C6 C7 C8
Saber desarrollar proyectos de análisis de viabilidad comercial y presentarlos ante el público y a la alta dirección	A8		C1 C8
Identificar los problemas que pueden surgir en la innovación y desarrollo de nuevos productos y en su lanzamiento	A5 A9 A11		
- Saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar e motivar a las personas, tomar decisiones en condiciones de - incerteza, alcanzar los objetivos propuestos y evaluar resultados		B9 B10	
- Respetar 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 minusvalidez.			
Saber desempeñar labores de gestión, asesoramiento e evaluación en las organizaciones empresariales		B6	
- Saber manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de la empresa, así como entender las relaciones que existen entre ellas y con los objetivos generales de la organización		B7	
- Saber tomar decisiones, y, en general, asumir tareas directivas.		B8	

Contenidos	
Tema	Subtema



PARTE I-. INTRODUCCION: NUEVOS ENFOQUES DE DIRECCION DE MARKETING	TEMA 1: ORIENTACION AL MERCADO Y MARKETING RELACIONAL
PARTE II: ANALISIS Y DIAGNOSTICO ESTRATEGICO DEL MERCADO	TEMA 2: ANALISIS DEL ENTORNO Y DE LA RIVALIDAD COMPETITIVA TEMA 3: ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR I TEMA 4: ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR II TEMA 5: SEGMENTACION Y POSICIONAMIENTO TEMA 6: DIAGNOSTICO ESTRATEGICO
PARTE III: SELECCION DE ESTRATEGIAS	TEMA 7: ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO TEMA 8: ESTRATEGIA DE EXPANSION INTERNACIONAL TEMA 9: ESTRATEGIA DE INNOVACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS, DIFERENCIACION E IMITACION TEMA 10: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DE DESINVERSION

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Discusión dirigida	A6 A8 C4 C5	25	25	50
Prueba de respuesta múltiple	A1 A2 B6 B7 B8 B9	1	12	13
Prueba mixta	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	4	16	20
Seminario	C8	4	0	4
Sesión magistral	A3 A9 A11 B1 B2 B3 B4 B10	17	42.5	59.5
Atención personalizada		3.5	0	3.5
(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Discusión dirigida	Se harán casos prácticos y preguntas de discusión que serán discutidos por el docente y que complementan la clase magistral y en los que se aplicará los fundamentos para resolverlos. Igualmente, se explicarán en clase de problemas que guardan relación con la teoría que los alumnos deben de saber resolver aplicando los fundamentos que se explican en clase. Es un complemento de la clase magistral
Prueba de respuesta múltiple	Prueba de respuesta múltiple Test de respuesta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para las respuestas incorrectas (penalización de un tercio del valor de la pregunta).
Prueba mixta	Resolución por parte de un grupo reducido de alumnos (4 a 5) de casos prácticos o de preguntas cortas, de respuesta breve, de discriminación, de completar o de asociación. Estas pruebas se desarrollaran en grupo de no superior a 5 miembros a lo largo del cuatrimestre y la nota obtenida será la misma para todos los integrantes del grupo. Se determinará con la debida antelación los días destinados a tales pruebas



Seminario	Los seminarios están pensados como tutorías en grupo (puesto que se convocará a subgrupos de 15 alumnos) para orientar a los mismos en la preparación de la asignatura y sus pruebas así como resolver las dudas que se les puedan plantear en relación con las mismas. El lugar de realización de las tutorías y la planificación de las mismas serán establecidas en el aula y se comunicará con la debida antelación. Son 4 horas por cada subgrupo (15 alumnos aprox.)
Sesión magistral	Explicación en clase de los diferentes temas con apoyo de transparencias y medios audiovisuales. Se valorará la participación del alumno y de los diferentes miembros del subgrupo formado

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario Discusión dirigida	Se aconseja hacer las consultas en las horas de tutoría o incluso buscar una hora que le viniera bien al alumno previo acuerdo con el profesor. Se formarán dos grupos reducidos de 15 alumnos. Al finalizar el temari, se realizarán dos tutorías para cada uno de los subgrupos formados con la finalidad de orientar en la preparación de la asignatura. Se avisará con suficiente antelación del aula y la hora en la que tendrán lugar estas tutorías.

Evaluación

Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Prueba mixta	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	Se formarán subgrupos de alumnos que tendrán que realizar las pruebas mixtas o la resolución de casos de estudio. La resolución de la prueba mixta o del caso será realizada en clase por parte de los miembros del grupo. Se facilitará con antelación el día y la hora para resolver las pruebas o de las tutorías de los casos. Al tratarse de evaluación continua las pruebas irán comprendiendo desde el primer tema hasta el último impartido anterior a la realización de la prueba. Esto facilitará la preparación del examen final.	40
Prueba de respuesta múltiple	A1 A2 B6 B7 B8 B9	Prueba de respuesta múltiple Al final del periodo formativo y dentro del periodo lectivo, se realizará un examen final. Es condición necesaria que la calificación del examen final superase los 5 puntos y adicionalmente que tras haber hecho la prueba mixta, la nota media del examen final y la prueba mixta (la prueba en grupo) superase la nota media de 5 puntos, en ese caso el alumno puede superar la asignatura. Preguntas test de respuesta múltiple (cuatro opciones). las preguntas mal contestadas penalizan. La prueba de respuesta múltiple establece un mínimo o restricción para poder superar la asignatura. Es decir, independientemente de la calificación alcanzada en las pruebas mixtas, si no se alcanzase una puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 en el test no se computará la nota de la prueba mixta a efectos de la calificación global de la asignatura. En consecuencia, el alumno será calificado únicamente en base a los resultados de la prueba de respuesta múltiple (aplicada la ponderación del 60%). Este criterio se mantiene para la opción del examen de Julio	60

Observaciones evaluación



- La metodoloxía proposta persigue dos objetivos básicos: i) incentivar al alumno para que trabaje de manera continuada a lo largo del curso y ii) fomentar la autonomía del alumno en el proceso de aprendizaxe. En cuanto al exame final y a la calificación en el acta, se recuerda los siguientes acuerdos de la Comisión Permanente de la Facultad de Economía y Empresa del 6 de julio de 2011: Cualificación de no presentado. Corresponde al alumnado, cuando solo participe de actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la cualificación final, con independencia de cualificación obtenida Condiciones de realización del exame final. Está prohibido acceder al aula del examen con cualquier dispositivo que permita la comunicación con el exterior y/o el almacenamiento de información. Evaluación de la oportunidad de julio. Esta debe realizarse con los mismos criterios que los utilizados, en su caso, en la evaluación del primer o del segundo cuatrimestre. Por último, en caso de que el alumno se le conceda una oportunidad de "evaluación adelantada", y solo en ese caso, se realizará una prueba mixta encamina a evaluar todas las competencias y contenidos propios de la materia.

Fuentes de información

Básica	- Munera Alemán y Rodríguez Escudero (2011). ESTRATEGIAS DE MARKETING. UN ENFOQUE BASADO EN EL PROCESO DE DIRECCION. MADRID, ESIC - KOTLER, P. et al., (2000). INTRODUCCION AL MARKETING. MADRID, PIRAMIDE
Complementaria	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Introducción al Marketing/611G02015
Investigación de Mercados/611G02024
Dirección Estratégica y Política Empresarial I/611G02025
Distribución Comercial/611G02030

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Dirección Estratégica y Política Empresarial II/611G02033

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

Se valora positivamente la participación en clase en las tutorías o seminarios

Facilitara bibliografía específica para cada bloque de temas para facilitar el seguimiento de la asignatura.

(*) 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