



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2016/17
Subject (*)	Dirección Comercial		Code	611G02035
Study programme	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatoria	6
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Análise Económica e Administración de Empresas			
Coordinador	Blazquez Lozano, Felix	E-mail	felix.blazquez@udc.es	
Lecturers	Blazquez Lozano, Felix	E-mail	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				
General description	Os obxectivos desta materia son saber aplicar os fundamentos da dirección comercial a casos reais e tomar decisións para cumprir os obxectivos de dirección comercial			

Study programme competences

Code	Study programme competences
A1	Manage an enterprise or small organization, understanding their competitive and institutional position and identifying their strengths and weaknesses
A2	Integrate in any functional area of micro-firms or SMEs and perform fluently any management task commissioned
A3	Evaluate and foreseeing, from relevant data, the development of a company.
A4	Elaborate advisory reports on specific situations of companies and markets
A5	Write projects about specific functional areas (e.g. management, marketing, financial) of the company
A6	Identify the relevant sources of economic information and to interpret the content.
A8	Derive, based on from basic information, relevant data unrecognizable by non-professionals.
A9	Use frequently the information and communication technology (ICT) throughout their professional activity.
A11	To analyze the problems of the firm based on management technical tools and professional criteria
A12	Communicate fluently in their environment and work by teams
B1	CB1-The students must demonstrate knowledge and understanding in a field of study that part of the basis of general secondary education, although it is supported by advanced textbooks, and also includes some aspects that imply knowledge of the forefront of their field of study
B2	CB2 - The students can apply their knowledge to their work or vocation in a professional way and have competences typically demonstrated by means of the elaboration and defense of arguments and solving problems within their area of work
B3	CB3- The students have the ability to gather and interpret relevant data (usually within their field of study) to issue evaluations that include reflection on relevant social, scientific or ethical
B4	CB4-Communicate information, ideas, problems and solutions to an audience both skilled and unskilled
B5	CB5-Develop skills needed to undertake further studies learning with a high degree of autonomy
B6	CG1-Perform duties of management, advice and evaluation in business organizations
B7	CG2-Know how to use the concepts and techniques used in the various functional areas of the company and understand the relationships between them and with the overall objectives of the organization
B8	CG3- Know how to make decisions, and, in general, assume leadership roles.
B9	CG4-Learn to identify and anticipate opportunities, allocate resources, organize information, select and motivate people, make decisions under conditions of - uncertainty, achieve the proposed objectives and evaluate results
B10	CG5-Respect the fundamental and equal rights for men and women, promoting respect of human rights and the principles of equal opportunities, non-discrimination and universal accessibility for people with disabilities.



C1	Express correctly, both orally and in writing, in the official languages of the autonomous region
C4	To be trained for the exercise of citizenship open, educated, critical, committed, democratic, capable of analyzing reality and diagnose problems, formulate and implement knowledge-based solutions oriented to the common good
C5	Understand the importance of entrepreneurial culture and know the means and resources available to entrepreneurs
C6	Assess critically the knowledge, technology and information available to solve the problems and take valuable decisions
C7	Assume as professionals and citizens the importance of learning throughout life.
C8	Assess the importance of research, innovation and technological development in the economic and cultural progress of society.

Learning outcomes			
Learning outcomes		Study programme competences	
Saber realizar un diagnóstico estratéxico do sector no que se atopa ubicado a empresa ou organizacion	A1	B1	C1
	A2	B2	C4
	A3	B3	C5
Saber realizar un análisis DAFO e as suas implicacions para desenvolver a estratexia e liñas de actuación	A4		
	A6		
	A8		
Saber segmentar e posicionarse estratexicamente nos mercados	A6		
	A8		
Saber traballar en equipo e discutir información relevante	A12	B4	C1
		B5	C4
			C5
			C6
Fomentar el espíritu crítico y el trabajo autónomo y la iniciativa emprendedora			C6
			C7
			C8
Saber desenvolver proxectos de análise de viabilidade comercial e presenta-los ante o público y a 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 e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, seleccionar e motivar as persoas, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados		B9 B10	
- Respetar os dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, respetar a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez.			
Saber desempeñar labores de xestión, asesoramento e avaliación nas organizacións empresariais		B6	
- Saber manexar os conceptos e técnicas empregados nas diferentes áreas funcionais da empresa, así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización		B7	
- Saber tomar decisións, e, en xeral, asumir tarefas directivas.		B8	

Contents	
Topic	Sub-topic
PARTE I-. INTRODUCCION: NOVOS ENFOQUES DE DIRECCION DE MARKETING	TEMA 1: ORIENTACION AO MERCADO E MARKETING RELACIONAL



PARTE II: ANALISE E DIAGNOSTICO ESTRATEXICO DO MERCADO	TEMA 2: ANALISE DO ENTORNO E DA RIVALIDADE COMPETITIVA TEMA 3: ANALISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR I TEMA 4: ANALISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR II TEMA 5: SEGMENTACION E POSICIONAMIENTO TEMA 6: DIAGNOSTICO ESTRATEGICO
PARTE III: SELECCION DE ESTRATEXIAS	TEMA 7: ESTRATEXIA DE CRECEMENTO TEMA 8: ESTRATEXIA DE EXPANSION INTERNACIONAL TEMA 9: ESTRATEXIA DE INNOVACION E DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUCTOS, DIFERENCIACION E IMITACION TEMA 10: ESTRATEXIAS COMPETITIVAS E DE DESINVERSION

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student's personal work hours	Total hours
Directed discussion	A6 A8 C4 C5	25	25	50
Multiple-choice questions	A1 A2 B6 B7 B8 B9	1	12	13
Mixed objective/subjective test	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	4	16	20
Seminar	C8	4	0	4
Guest lecture / keynote speech	A3 A9 A11 B1 B2 B3 B4 B10	17	42.5	59.5
Personalized attention		3.5	0	3.5
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Directed discussion	Forumularanse exemplo ou preguntas de discusión que serán discutidos polo docente e que complementan a clase magistral e nos que se aplicará os fundamentos para resolve-los. Igualmente, explicaranse en clase problemas ou exemplos que guardan relación coa teoría que os alumnos deben de saber resolver aplicando os fundamentos que se explican en clase. E un complemento da clase maxistral
Multiple-choice questions	Proba de resposta múltiple Test de resposta multiple individual: 20 preguntas tipo test, con penalización para as respostas incorrectas (penalización dun tercio do valor da pregunta).
Mixed objective/subjective test	Resolución por parte dun grupo reducido de alumnos (4 a 5) de casos prácticos curtos ou de preguntas cortas e de resposta breve ou dun caso de estudio general. Estas probas desenvolveranse en grupos de 4 a 7 membros ao longo do cuatrimestre e a nota obtida será a mesma para tódolos integrantes do grupo. Avisarase coa debida antelación dos días destinados a tales probas.
Seminar	Os seminarios están pensados como tutorías en grupo (posto que se convocará a subgrupos de 15 alumnos) para orientar aos mesmos na preparacion da asignatura e as suas probas así como resolve-las dúbidas en relación coas mesmas. O lugar de realización das tutorías e a planificación das mesmas comunicaránse coa debida antelación. Son 4 horas por cada subgrupo (15 alumnos aprox.)



Guest lecture / keynote speech	Explicación en clase dos diferentes temas con apoio de transparencias e medios audiovisuais. Valorarase a participación do alumno
-----------------------------------	---

Personalized attention

Methodologies	Description
Seminar Directed discussion	Aconséllase face-las consultas nas horas de tutoría. Se houbera algun impedimento, pode buscarse unha hora que se axuste ao horario do alumno previo acordo co profesor. Formaranse dous grupos reducidos de 15 alumnos. Ao finaliza-lo temario, realizaranse dúas tutorías para cada un dos subgrupos formados coa finalidade de orientar na preparación da asignatura. Avisarase con suficiente antelación da aula e a data na que terán lugar estas tutorías.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Mixed objective/subjective test	A4 A5 A12 B5 C1 C6 C7	Formaranse subgrupos de alumnos que terán que resolver as probas mixtas ou a resolución dun caso de estudo. A resolución das probas mixtas ou o caso será realizada en clase por parte dos membros do grupo. Facilitarase con antelación a data e o calendario para resolver as probas ou o caso. Ao tratarse de avaliación continua as probas ou o caso irán comprendendo dende o primeiro tema ata o último impartido anterior á realización da proba. Isto facilitará a preparación do exame final.	40
Multiple-choice questions	A1 A2 B6 B7 B8 B9	Preguntas test de resposta múltiple (catro opcións). Ao final do período formativo e dentro do período lectivo, se realizará un examen final. É condición necesaria que a calificación do examen final superase os 5 puntos e adicionalmente que tras haber feito a proba mixta, a nota media do examen final e a proba mixta (a proba en grupo) superase a nota media de 5 puntos; nese caso o alumno pode supera-la asignatura. As preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo ou restricción para poder supera-la asignatura. Isto é, independentemente da calificación alcanzada nas probas mixtas, se non se alcanzase unha puntuación mínima de 5 puntos sobre 10 no test non computará a nota da proba mixta a efectos da calificación global de la asignatura. En consecuencia, o alumno será calificado únicamente en base aos resultados da prueba de resposta múltiple (aplicada a ponderación do 60%). Este criterio mantense para a opción do exame de Xullo.	60

Assessment comments

A metodoloxía proposta persigue dous obxectivos básicos: i) incentivar ó alumno para que traballe de xeito continuado ó longo do curso e ii) fomentar a autonomía do alumno no proceso de aprendizaxe. En canto ó exame final e á cualificación na acta, lémbrense os seguintes acordos da Comisión Permanente da Facultade de Economía e Empresa do 6 de xullo de 2011. Cualificación de non presentado. Corresponde ó alumnado, cando só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación acadada. Condicións de realización do exame final. Está prohibido acceder á aula de exame con calquera dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou o almacenamento de información. Avaliación da oportunidade de xullo. Esta debe realizarse cos mesmos criterios que os utilizados, no seu caso, na avaliación do primeiro ou do segundo cuatrimestre. Por último, no caso de que ao alumno se lle conceda unha oportunidade de "avaliación adiantada", e só nese caso, realizarase unha proba mixta encamiñada a avaliar todas as competencias e contidos propios da materia.

Sources of information



Basic	- 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
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Introducción ao Marketing/611G02015 Investigación de Mercados/611G02024 Dirección Estratéxica e Política Empresarial I/611G02025 Distribución Comercial/611G02030
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Dirección Estratéxica e Política Empresarial II/611G02033
Subjects that continue the syllabus
Other comments
Valorase positivamente a participación en clase e nas titorías ou seminarios Facilitase bibliografía específica para cada bloque de temas para facilita-lo seguemento da asignatura

(*)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.