



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Mercadotecnia pública e do sector non lucrativo

Materia	Mercadotecnia pública e do sector non lucrativo			
Código	P04G090V01603			
Titulación	Grao en Dirección e Xestión Pública			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Pita Castelo, Jose			
Profesorado	Dopico Parada, Ana Isabel Pita Castelo, Jose			
Correo-e	jpita@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Coñecer os fundamentos teóricos e prácticos do marketing e as estratexias de marketing aplicadas ao sector público e non lucrativo, así como os instrumentos de xestión de marketing público e marketing-mix público. Coñecer técnicas de xestión de marketing público: segmentación de mercados, posicionamiento, investigación de mercados, etc., e as técnicas de marketing relacional dirixidas aos clientes e usuarios do servizo público.			

### Competencias de titulación

Código	
B27	Marketing Público y del Sector No Lucrativo. Comprender los fundamentos teóricos y prácticos del marketing-mix público y del sector no lucrativo

### Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender los fundamentos teóricos y prácticos del marketing-mix público y del sector no lucrativo	B27

### Contidos

Tema	
Tema 1.- INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS E CONTIDOS BÁSICOS DO MARKETING PUBLICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. O concepto de marketing, a súa evolución e contido.</li> <li>1.2. O marketing e a xestión pública</li> <li>1.3. Diferentes Orientacións na Dirección de Organizacións. Características da Orientación ao Mercado</li> <li>1.4. O valor e a satisfacción do consumidor.</li> <li>1.5. O marketing de Relacións ¿Un novo Paradigma?.</li> <li>1.6. O Sistema de Información de Marketing</li> <li>1.7. O proceso de investigación do mercado público</li> </ul>
Tema 2.- A PLANIFICACIÓN ESTRATÉXICA DO MARKETING PÚBLICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. A Planificación Estratéxica nas Organizacións públicas e sin animo de lucro</li> <li>2.2. O Plan Estratéxico.</li> <li>2.4. O Marketing e a Planificación Estratéxica pública</li> <li>2.5. O Plan de Marketing público</li> </ul>

Tema 3.- O ENTORNO E O MERCADO PÚBLICO.	3.1. O concepto de mercado. 3.2. Tipoloxía dos mercados públicos 3.3. A delimitación do mercado das organizacións públicas e sen ánimo de lucro. 3.4. O microentorno e o macroentorno do marketing público.
Tema 4.- O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PÚBLICO	4.1. O comportamento do consumidor: a súa importancia para o marketing. 4.2. O proceso de decisión de compra e a súa tipoloxía. 4.3. Determinantes internos e externos do comportamento de compra. 4.4. Modelos que explican a conducta do consumidor.
Tema 5.- O COMPORTAMENTO DE COMPRA DAS ORGANIZACIÓNS PÚBLICAS E SEN ÁNIMO DE LUCRO.	5.1. Características diferenciadoras fronte ao comportamento de compra dos consumidores finais. 5.2. Clasificación e características dos organizacións públicas como compradores. 5.3. O proceso de decisión de compra organizacional. 5.4. Factores que inflúen no comprador organizacional. 5.5. Modelos de comportamento de compra das organizacións públicas.
Tema 6.- A ESTIMACIÓN DA DEMANDA DO MERCADO PÚBLICO.	6.1. A demanda: definición e clasificación. 6.2. Determinantes da demanda pública. 6.3. O concepto de elasticidade e o marketing. 6.4. Métodos de estimación e previsión da demanda en mercados públicos.
Tema 7.- A SEGMENTACIÓN DO MERCADO E O POSICIONAMENTO DAS ORGANIZACIÓNS PÚBLICAS E SEN ÁNIMO DE LUCRO	7.1. A segmentación: concepto e obxectivos. 7.2. O proceso de segmentación do mercado público. 7.3 Criterios e estratexias de segmentación. 7.4. Técnicas e métodos de segmentación. A selección do mercado meta. 7.5. O posicionamento no mercado público

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	10	20	30
Seminarios	10	15	25
Resolución de problemas e/ou exercicios	5	10	15
Sesión maxistral	25	50	75
Probas de tipo test	5	0	5

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Análisis dun feito, problema o suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo e reflexionar sobre o mesmo para potenciar e completar coñecimentos. O profesor indicará ao alumno as preguntas e/o material necesario para que poda elaborar informes coas sus respostas.
Seminarios	Seminarios de temas clave
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolucion de problemas planteados en clase
Sesión maxistral	Clase presencial de exposición dos contenidos teóricos da asignatura, impartida polo profesor/a a totalidade do alumnado. Recomiendase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacions e participar activamente nas cuestións e preguntas planteadas ao longo da clase.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------

Sesión maxistral	Entrevistas personales con el alumno para solución de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidad. Ao inicio de cada cuatrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.
Estudo de casos/análises de situacións	Entrevistas personales con el alumno para solución de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidad. Ao inicio de cada cuatrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Entrevistas personales con el alumno para solución de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidad. Ao inicio de cada cuatrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.

<b>Avaliación</b>		
	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	Realización de casos vistos en clase	20
Resolución de problemas e/ou exercicios	Realización de exercicios vistos en clase	20
Probas de tipo test	Exámenes tipo test o de resposta curta. Non de tema a desenrolar.  Probas para avaliación de competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadeiro/falso, elección múltiple, emparellamento de elementos...)  Os alumnos seleccionan unha/s resposta/s entre un número limitado de posibilidades. As respostas erróneas penalizan.	60

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

Para aprobar a asignatura requírese satisfacer dos condicións: (1) obter unha puntuación mínima de 5 puntos no conxunto das probas a avaliar e (2) obter como mínimo 4 puntos nas probas tipo test (puntuado sobre 10).

A asistencia a clase e a realización das tarefas propostas polo profesor e obrigatoria. A puntuación obtida pola participación así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor (casos, exercicios, supostos, exposicións, memorias...), mantense nas convocatorias de Xuño e Xullo pero NON gardaríanse para cursos sucesivos.

Realízase un examen eliminatorio de materia a metade do cuatrimestre e outro a finais do mesmo para aqueles alumnos que sigan a avaliación continúa que inclúe a realización e entrega de traballos individuais, críticos e orixinais sobre un tema presentado nos grupos medianos semanalmente.

Aqueles alumnos que non cumpran os requisitos exixidos de participación e/o asistencia á materia así como de entregas de tarefas propostas e, por tanto, non superen a asignatura terán dereito a un examen, que non necesariamente coincidirá co examen do resto dos alumnos.

Os alumnos que opten por seguir a evaluación NON continua serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos, que non necesariamente coincidirá co resto dos alumnos. Neste caso, os alumnos deben indicar expresamente o seu desexo de non seguir a evaluación continua a principio de curso (durante o primeiro mes do semestre)

Os alumnos de mobilidade internacional terán dereito a realización da evaluación continua a partir do momento da súa incorporación

Os exames oficiais da materia realizaránse nas datas, lugares e horas designadas polo Decanato e publicadas ao efecto nos lugares e prazos establecidos

#### METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

1. Leer con atención y en caso de duda consultar con el Coordinador del Grado en Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr.

Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es)

2. Cuadro básico de "metodología" y "evaluación" de la materia (en caso de duda, consultar con el/a responsable de la materia):

1. Aprendizaje con apoyo del tutor:

1.1 Apoyo docente: 10 horas

1.2 Foro de dudas por temas (on line): 8 horas web materia - Faitic

1.3 Foro de debate por temas (on line): 8 horas web materia - Faitic

#### NORMAS BÁSICAS DE SEMIPRESENCIALIDAD:

1. El alumnado matriculado en la modalidad semipresencial se compromete con el equipo docente a seguir un régimen de "evaluación continua semipresencial", que implica la participación presencial o virtual en las actividades que el profesorado diseñe para dicha modalidad.

2. La modalidad semipresencial supone la evaluación continua del aprendizaje del alumnado, a tal fin se establece con carácter general, que la prueba final tendrá lugar la última de las 6 sesiones de seguimiento, bien de forma presencial (aula Facultad CCSSC), bien de forma virtual (Skype o sistema similar Hangout).

3. El alumnado que no participe en más del 80% de las actividades □de evaluación continua semipresencial□ propuestas por el profesorado, será evaluado según los criterios que establezca el equipo docente en cada materia.

---

#### **Bibliografía. Fontes de información**

Chías, Josep, **Marketing Público**, 1995,

Kotler, P., **Introducción al Marketing**, 2009,

Rufin Moreno, R. y Medina Molina, C., **Marketing Público: Investigación, Aplicaciones y Estrategia**, 2012,

---

#### **Recomendacións**

---

#### **Outros comentarios**

□Las modalidades presencial y semipresencial del Grado en Dirección y Gestión Pública, comparten un mismo plan de estudios, cuyas materias (de 1º a 4º) ayudan a desarrollar un aprendizaje de competencias basado en la evaluación continua.□

---