



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección comercial II

Materia	Dirección comercial II			
Código	V03G020V01502			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Cabanelas Lorenzo, Pablo González Vázquez, Encarnación Otero Neira, María del Carmen Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	La materia pretende proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para diseñar y desarrollar un programa de marketing y capacitarle para la toma de decisiones omerciales. En concreto, la asignatura de dirección comercial 2 pretende profundizar en el conocimiento y puesta en práctica de las estrategias operativas de marketing: producto, precio, comunicación y distribución.			

## Competencias

Código	
B1	Capacidade de análise e síntese
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B9	Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
C14	Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Adquirir conocimientos y dominio de las herramientas del programa de marketing de la empresa	B1 B5 B13	
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de producto , tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de precio , tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de comunicación, tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14
Aplicar y poner en marcha estrategias comerciales de distribución, tanto individualmente como en grupo	B1 B5 B9 B13	C14

<b>Contidos</b>	
Tema	
TEMA 1.EL PRODUCTO	1.1 concepto, 1.2 clasificación, 1.3 decisiones sobre productos, 1.4 estrategias de marca, 1.5 servicios
TEMA 2. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	2.2 desarrollo de nuevos productos, 2.2 estrategias del ciclo de vida del producto
TEMA 3. EL PRECIO	3.1 concepto, 3.2 fijación de precios, 3.3 estrategias de precios

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	15	0	15
Presentacións/exposicións	15	30	45
Resolución de problemas e/ou exercicios	15	10	25
Titoría en grupo	5	15	20
Probas de tipo test	6	39	45

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Sesión maxistral	<p>SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte do profesor de los contenidos de la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. Se requiere la participación activa del alumnado en el aula a través de exposiciones y debates.</p> <p>Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las cuestiones y preguntas planteadas a lo largo de la clase</p> <p>En ningún caso las transparencias entregadas por el profesor constituyen material suficiente sobre el contenido de la asignatura.</p>
Presentacións/exposicións	<p>(*)Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.</p>
Resolución de problemas e/ou exercicios	<p>RESOLUCION DE PROBLEMAS, EJERCICIOS O SIMILAR: Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral</p>
Titoría en grupo	<p>TRABAJO TUTELADO Y PRESENTACIONES. El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Generalmente se trata de una actividad autónoma de/de los estudiante/s que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...</p> <p>Además se realizará la exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto, trabajo tutelado... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.</p>

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Titoría en grupo	

<b>Avaliación</b>				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Sesión maxistral	Puede ser objeto de evaluación cualquier lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentario realizado en el aula. Asimismo, se valorarán aquellos alumnos con una mayor implicación en la materia	5	B1 B5 B9 B13	C14
Presentacións/exposicións	Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo.	10	B1 B5 B9 B13	C14

Resolución de problemas e/ou exercicios	RESOLUCION DE PROBLEMAS, EJERCICIOS Ou SIMILAR: Se evalúa la adecuada capacidad del alumno de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, el desempeño dentro de un equipo de trabajo, el trabajo autónomo y la comunicación oral y escrita, entre otros. Solo se podrán entregar actividades en las fechas y sesiones establecidas.	15	B1 B5 B9 B13	C14
Probas de tipo test	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Os alumnos seleccionan unha/s resposta/s entre un número limitado de posibilidades. As respostas erróneas penalizan.	70	B13	

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar la asignatura se requiere satisfacer dos condiciones: (1) obtener una puntuación mínima de 5 puntos en el conjunto de las pruebas a evaluar y (2) obtener como mínimo 4,5 puntos en el examen final (puntuado sobre 10).

La puntuación obtenida por la participación así como la realización y entrega de todas aquellas tareas establecidas por el profesor (casos, ejercicios, supuestos, exposiciones, memorias, []), se mantiene en la convocatorias de junio y julio del curso académico en vigor pero NO se guardará para cursos sucesivos.

Los alumnos que no puedan seguir la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos. En este caso, los alumnos deben indicar expresamente su imposibilidad para seguir la evaluación continua a principio de curso (durante el mes de septiembre de 2011).

### Bibliografía. Fontes de información

Carmen Otero (coordinadora), **Dirección Comercial 2**, 2013,  
 Gonzalez Vazquez, E.; López Miguens, M.J.; y Otero Neira, C. (coord.), **Manual Practico de Márketing**, 2014,  
 Philip Kotler y Gary Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,  
 Kotler, y otros, **Dirección de Marketing, 12ª Edición**, 2006,  
 Gonzalez E. y Alen, E. (coord.), **Casos de dirección de marketing**, 2005,  
 Kotler, P.; Armstrong, G., **Fundamentos de marketing**, 2008,

### Recomendacións

#### Materias que continúan o temario

Investigación comercial/V03G020V01701  
 Mercadotecnia responsable/V03G020V01930  
 Mercadotecnia sectorial/V03G020V01910

#### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

### Outros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Así mesmo, aportarase ao alumnado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.