

GUÍA DOCENTE

“DIRECCIÓN COMERCIAL”

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

CURSO 2018-19

Fecha de publicación: 25.08.2018

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Periodo de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de Créditos	4.5
Idioma en que se imparte	Castellano

II. Presentación
<p>La asignatura de Dirección Comercial es una asignatura obligatoria de Tercer Curso de cuatro y medio Créditos ECTS. Esta asignatura del área de Comercialización e Investigación de Mercados, con un carácter de profundizar y especializarse en los contenidos y competencias adquiridas en las asignaturas de Introducción al Marketing, y Dirección de Marketing, tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la moderna Dirección Comercial, con una clara orientación al objetivo de resultado que tiene toda Organización. Al mismo tiempo se capacita al alumno en el análisis de las diferentes estrategias y en la toma de decisiones sobre la gestión del Cliente, por último se profundiza en la gestión de la fuerza de ventas como elementos fundamentales, y responsabilidad directa de los ingresos y resultados de todo el esfuerzo de intercambio, transacción y relación entre Empresa y Mercado. La asignatura se orienta con una eminente orientación práctica y dirigido a un entorno Global y en Continua Evolución, lo que exige una constante revisión, actualización y cuestionamiento de los conceptos, paradigmas, estrategias, herramientas, tradicionales del Marketing y las Ventas, competencia que así se traslada a los alumnos.</p>

III. Competencias
Competencias Generales
<p>CI01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa. CI06. Capacidad de Gestión de la información: analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar dicha información. CI07. Capacidad para la resolución de problemas. CI08. Capacidad de tomar decisiones. CP04. Capacidad de Razonamiento crítico. CS02. Adaptación a nuevas situaciones. CS03. Creatividad. CS06. Motivación por la calidad.</p>
Competencias Específicas
<p>CE02. Marketing CP06. Visión estratégica de la dirección de empresas CP10. Habilidad para interpretar el contexto económico nacional e internacional que rodea a la empresa CP15. Capacidad para diseñar e implantar las estrategias de marketing.</p>

IV. Contenido
IV.1. Temario de la asignatura
<p>Bloque I.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN COMERCIAL Tema 1. - La Dirección Comercial Actual</p>

- Introducción
- Definición e implicaciones
- Funciones básicas
- Legislación Comercial
- Indicadores y KPI comerciales
- Relaciones con otras áreas
- Retos actuales

Bloque II.- PLANIFICACIÓN

Tema 2.

- Plan Comercial (Ventas)
- Planificación Comercial
 - Información y Gestión del Conocimiento Comercial
- El plan comercial o de Ventas: elaboración y contenido
- Auditoría del área Comercial

Bloque III.- LAS VENTAS

Tema 3.

- Organización de Ventas
- Concepto de la Función Ventas
- Sistemas de Venta
- Estructura de las Ventas
- Organización de la estructura de Ventas
- Fijación Objetivos y Previsiones
- Organización territorios y rutas

Tema 4.

- Gestión del Equipo de Ventas
- Vendedor
- Roles básicos
- Descripción Puesto y Selección
- Formación
- Motivación
- Remuneración
- Control
- La Entrevista

Bloque IV.- GESTIÓN DEL CLIENTE

Tema 5.

- Elementos Básicos de la Gestión del Cliente
- Conceptos Introdutorios
- Ciclo de Vida del Cliente (CVC)
- CRM

Tema 6.

- Gestión de Clientes en base al Valor
- Conceptos Introdutorios

- Segmentación por Valor
- Gestión Avanzada del Cliente (Customer Intelligence)
- Fidelización y Marketing Individualizado

Bloque V.- TENDENCIAS ACTUALES DE DIRECCION COMERCIAL

Tema 7.

- Nuevos enfoques relativos a la función de Ventas

Se tratarán temas de actualidad tales como:

- Segmentación de Fuerza de Ventas (SFV)
- Optimización de la Fuerza de Ventas
- Trade-Marketing
- Se tratarán temas de actualidad que surjan a lo largo del desarrollo del periodo docente, según el criterio de cada profesor

IV.2. Actividades Formativas

Tipo	
Prácticas / Resolución de ejercicios	analizar situaciones reales
Lecturas	casos y bibliografía
Otras	elaboración plan comercial real
Otras	debates actuales sobre aspectos relacionado con la Dirección Comercial Actual
Prácticas / Resolución de ejercicios	defensa del plan comercial en aula

V. Tiempo de Trabajo

Clases teóricas	22
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	20
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc.	0
Realización de pruebas	3
Tutorías académicas	10
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	3,5
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	30
Preparación de pruebas	16,5
Total de horas de trabajo del estudiante	135

VI. Metodología y Plan de Trabajo

Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Introducción al tema. Objetivos específicos. Esquemas del contenido. Lectura de comprensión y asimilación del tema, Resumen conceptos básicos
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Ejemplos y aplicaciones actuales reales, ACTIVIDADES, casos prácticos

Lecturas	Semana 1 a Semana 15	Lecturas actuales y bibliografía complementaria
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Elaboración por grupos de un plan Comercials (Ventas) y exposición y defensa en el aula
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 15	Cada profesor evaluará las actividades que mejor se adapten a las necesidades concretas de aprendizaje del grupo concreto, buscando la máxima eficacia en el proceso de aprendizaje para lo que dispondrán de la flexibilidad requerida en la formulación del método y actividades.

VII. Métodos de evaluación

VII.1. Ponderación para la evaluación

Evaluación Ordinaria: Si el profesorado considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse con precisión. (Nota: para no admitir a una prueba a un estudiante por no cumplir con el mínimo de asistencia, se deberá poder justificar por el profesor utilizando un sistema probatorio, como por ejemplo, una hoja de firmas) La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que considere oportunos comunicándolo al Vicerrectorado de Ordenación Académica. Exceptuando las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, la suma de las actividades no revaluables no podrán superar el 50% de la nota de la asignatura y no podrán tener nota mínima.

Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

Actividad	Ponderación
Trabajo individual o en grupo	10%
Exposición oral	10%
Evaluación teórico-Práctica	60%
Trabajos prácticos o casos	20%

- (1) Cada profesor seleccionará las pruebas prácticas a realizar, en base a su criterio y a las características de cada grupo, tanto a lo largo del cuatrimestre como en la reevaluación de Junio. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la asignatura. (2) Cada profesor

seleccionará el tipo de preguntas a incluir en el examen presencial escrito u oral, en base a su criterio y a las características de cada grupo, tanto en el examen de final de cuatrimestre, como en el desarrollo de l curso semanalmente, como en la reevaluación de Junio. La prueba presencial, escrita u oral, tiene un carácter obligatorio y reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitirá evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la asignatura.

Importante: En el caso de que la media ponderada de las calificaciones de un alumno supere el 5, pero SUSPENDA la asignatura por no obtener al menos un 5 sobre 10 en ambas evaluaciones, en el acta figurará la calificación de la parte evaluada (prácticas o examen) que no ha superado el 5. • En la reevaluación de junio 2019: A los alumnos que superen las prácticas durante el curso, pero no superen la prueba escrita u oral de conocimientos en la convocatoria de diciembre 2018, se les guardarán las calificaciones de dichas prácticas hasta la prueba escrita de conocimientos de la reevaluación de Junio 2019.

- (2) A los alumnos que no superen las prácticas durante el curso, se les podrá reevaluar en junio 2019, mediante la realización de las actividades que establezca cada profesor. En este caso, y suponiendo que hubieran superado la prueba escrita u oral de conocimientos en diciembre 2018, se les guardará la nota obtenida en dicha prueba hasta que se realice la reevaluación en Junio 2019 de las citadas prácticas. En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que la reevaluación de junio 2019 solamente podrá realizarse de aquellas pruebas (prácticas y/o escrita de conocimientos) que en la primera convocatoria se hayan suspendido, por lo que en ningún caso se podrá solicitar dicha reevaluación con el objetivo de subir calificaciones de pruebas que en la primera convocatoria hayan sido superiores a 5. Ponderación para la evaluación de alumnos a tiempo parcial Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la “Dispensa Académica” para la asignatura, que habrá solicitado al Decano o Director/a del Centro que imparte su titulación. La “Dispensa Académica” no excluye de la evaluación continua. Dicha evaluación se acomodará por el profesor, asistido por el coordinador de grado, estableciéndose la adaptación curricular según las características de cada caso concreto.

VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan. Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de

la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.5. Conducta Académica

Véase normativa de conducta académica

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

ALCAIDE, J.C.; Los 100 errores de la Experiencia del Cliente, ESIC 2015
 FERNÁNDEZ-BALAGUER, G.; MOLINA, J.; El plan de Ventas. 5º Ed. ESIC. Madrid. 2010
 GARCIA BOBADILLA, L.M.; +Ventas 4ª Ed. ESIC. Madrid 2011
 JAIME, DE, J.; Finanzas para el Marketing y las Ventas. ESIC, Madrid, 2013
 PALOMARES, R.; Marketing en el punto de venta. ESIC, Madrid 2012
 PALOMARES, R.; Merchandising. Auditoría de Marketing en el Punto de Venta. ESIC, Madrid 2015
 RIVERA, JAIME; MOLERO, VÍCTOR; Formación de Vendedores. ESIC, Madrid 2012
 ARTAL CASTELLS, M.; Dirección de Ventas. 10ª Ed. Esic. Madrid. 2012
 SORET DE LOS SANTOS, I. ; GIMÉNEZ DÍAZ, E.; Previsión de Ventas y Fijación de Objetivos. ESIC, Madrid. 2013
 GARCÍA FERRER, GEMMA; Casos de Investigación Comercial, una práctica Empresarial ESIC, 2017
 ROMAN, S.; KÜSTER, I; Gestión de la Venta Personal y de Equipos Comerciales. PARANINFO, 2014
 El profesor subirá a la plataforma del campus virtual la propuesta bibliográfica complementaria actualizada en base a la evolución del programa y de las novedades editoriales del momento, al ser un área de conocimiento tan cambiante y exigir una puesta al día permanente.

Bibliografía de Consulta

TURLETTI, P.; El ROI de Marketing y Ventas, ESIC, 2018

IX. Profesorado

Nombre y Apellidos	Juan Enrique González Vallés
Correo Electrónico	Prof.jegonzalvez@eserp.com
Titulación Académica	Doctor