

GUÍA DOCENTE
“DIRECCIÓN COMERCIAL”

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

CURSO 2019-20

Fecha de publicación: 17.07.2019

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.</p> <p>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.</p> <p>CI07. Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>CI08. Capacidad de tomar decisiones.</p>

CP04. Capacidad de Razonamiento crítico.

CS02. Adaptación a nuevas situaciones.

CS03. Creatividad.

CS06. Motivación por la calidad.

Competencias Específicas

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

IV. Contenido

IV.1. Temario de la asignatura

Bloque temático	Temas	Apartados
1.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN COMERCIAL	1.- La Dirección Comercial Actual	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción - Definición e implicaciones - Funciones básicas - Legislación Comercial - Indicadores y KPI comerciales - Relaciones con otras áreas - Retos actuales
2.- PLANIFICACIÓN	2.- Plan Comercial (Ventas)	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación Comercial - Información y Gestión del Conocimiento Comercial - El plan comercial o de Ventas: elaboración y contenido

		<ul style="list-style-type: none"> - Auditoria del área Comercial
3.- LAS VENTAS	3.- Organización de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - 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
	4.-Gestión del Equipo de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Vendedor - Roles básicos - Descripción Puesto y Selección - Formación - Motivación - Remuneración - Control - La Entrevista
4.- GESTIÓN DEL CLIENTE	5.- Elementos Básicos de la Gestión del Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos Introdutorios - Ciclo de Vida del Cliente (CVC) - CRM
	6.- Gestión de Clientes en base al Valor	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos Introdutorios - Segmentación por Valor - Gestión Avanzada del Cliente (Customer Intelligence)

		- Fidelización y Marketing Individualizado
5. TENDENCIAS ACTUALES DE DIRECCIÓN COMERCIAL	7. Nuevos enfoques relativos a la función de Ventas	<p>Se tratarán temas de actualidad tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmentación de Fuerza de Ventas (SFV) - Optimización de la Fuerza de Ventas - Trade-Marketing - La innovación y la revolución Digital en la Venta Actual, 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	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Analizar situaciones reales
Lecturas	Casos y bibliografía
Otras	Elaboración plan comercial real
Otras	Debates actuales sobre aspectos relacionados 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

Tipo	Periodo	Contenido
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.
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 y debates temas actualidad del área comercial REAL
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

VI. Metodología y Plan de Trabajo

VII. Métodos de evaluación

VII.1. Ponderación para la evaluación

Evaluación Ordinaria:

Si el docente considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse

con precisión.(Nota: para no admitir a un estudiante a una prueba 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 o el sistema de control de asistencia disponible en Aula Virtual). La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Solo en casos excepcionales y especialmente motivados, el profesor podrá incorporar adaptaciones en la Guía. Dichos cambios requerirán, previa consulta al Responsable de la Asignatura, la autorización previa y expresa del Coordinador de Grado, quien notificará al Vicerrectorado con competencias en materia de Ordenación Académica la modificación realizada. En todo caso, las modificaciones que se propongan deberán atender a lo establecido en la memoria verificada. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso a los estudiantes a través del Aula Virtual. Con carácter general, la suma de las actividades ¿no reevaluables? no podrá superar el 50% de la nota de la asignatura y no podrán tener nota mínima. No será de aplicación este criterio en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando esté debidamente justificado.

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

TIPO DE ACTIVIDAD	PONDERACIÓN	REEVALUBLE/NO REEVALUABLE
Trabajo individual o grupo	10%	No reevaluable
Exposición oral	10%	No reevaluable
Examen Teórico-práctico	60%	Reevaluable
Casos prácticos moodle	20%	Reevaluable

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 I 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 2020:

A los alumnos que superen las prácticas, exposición y trabajo individual o grupal durante el curso, pero no superen la prueba escrita u oral de conocimientos en la convocatoria de diciembre 2019, se les guardarán las calificaciones de dichas prácticas hasta la prueba escrita de conocimientos de la reevaluación de Junio 2020.

A los alumnos que no superen las prácticas durante el curso, se les podrá reevaluar en junio 2020, 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 2019, se les guardará la nota obtenida en dicha prueba hasta que se realice la reevaluación en Junio 2020 de las citadas prácticas. El trabajo individual o grupal y la exposición no podrán ser reevaluadas en Junio, por lo que se guardará la nota obtenida en la evaluación ordinaria.

En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que la reevaluación de junio 2020 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. Una vez que se haya notificado la concesión de la Dispensa

Académica, el docente deberá informar al estudiante a través del Aula Virtual acerca del plan de evaluación establecido en cada caso.

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

ROMAN, S.; KÜSTER, I; *Gestión de la Venta Personal y de Equipos Comerciales*. PARANINFO, 2014

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

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.
ALCAIDE, J.C.; <i>Los 100 errores de la Experiencia del Cliente</i>, ESIC 2015
FERNÁNDEZ-BALAGUER, G.; MOLINA, J.; <i>El plan de Ventas</i>. 5o Ed. ESIC. Madrid. 2010
GARCIA BOBADILLA, L.M.; <i>+Ventas</i> 4a Ed. ESIC. Madrid 2011
JAIME, DE, J.; <i>Finanzas para el Marketing y las Ventas</i>. ESIC, Madrid, 2013
PALOMARES, R.; <i>Marketing en el punto de venta</i>. ESIC, Madrid 2012
PALOMARES, R.; <i>Merchandising. Auditoría de Marketing en el Punto de Venta</i>. ESIC, Madrid 2015
RIVERA, JAIME; MOLERO, VÍCTOR; <i>Formación de Vendedores</i>. ESIC, Madrid 2012
ARTAL CASTELLS, M.; <i>Dirección de Ventas</i>. 10a Ed. Esic. Madrid. 2012
FACTA, BERBARDO R.; <i>Comunicación que Funciona</i> Ed. ESIC. Madrid. 2019
ROMERO, J.; ROMERO, E.; ROMERO, M.; <i>Vender en las Plataformas Digitales</i>. ESIC, Madrid, 2018.
Bibliografía de Consulta
TURLETTI, P.; <i>El ROI de Marketing y Ventas</i>, ESIC, 2018
AMOR BRAVO, ELÍAS M.; <i>El Marketing y la Cuarta Revolución Industrial</i>, Esic, Madrid 2019.

IX. Profesorado	
Nombre y Apellidos	CARMEN BERMEJO SILLER
Correo Electrónico	Prof.cbermejo@eserp.com
Titulación Académica	Doctora

