

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Dirección Comercial
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	Tercero
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español e inglés
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	Nuria Alabau Tejada
Docente	José María Lamirán Palomares

2. PRESENTACIÓN

La asignatura de Dirección Comercial tiene como objetivo principal capacitar al estudiante para comprender y gestionar eficazmente el área comercial de una empresa, integrándola con el marketing y otras funciones clave de la organización. A través de metodologías activas como el método del caso, el aprendizaje basado en problemas y experiencias de campo, el alumnado desarrollará habilidades para analizar el comportamiento del consumidor, diseñar estrategias de comercialización y gestionar equipos de ventas. Se enfatiza el uso de herramientas analíticas, la toma de decisiones fundamentadas en datos objetivos y el desarrollo del pensamiento crítico ante escenarios complejos. Asimismo, se fomenta la adaptación a situaciones adversas, el compromiso ético y la sensibilidad hacia la diversidad. Los contenidos abarcan desde la función de la dirección comercial y los canales de venta, hasta la elaboración e implementación del plan comercial. Al finalizar, el estudiante será capaz de diseñar e implementar estrategias comerciales eficaces, motivar y liderar equipos, y contribuir al éxito empresarial con una visión integral, ética y orientada al cliente.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **RESULTADOS APRENDIZAJE DEL TÍTULO**

Habilidades

HAB03. Habilidad para identificar y comprender el área de marketing y el área comercial en la empresa, aplicar las distintas herramientas disponibles para la gestión de estas, así como conocer las principales relaciones con otros departamentos.

Competencias

CP11: Capacidad para comprender y analizar el comportamiento del consumidor: capacidad para evaluar y predecir comportamientos y tendencias en las distintas audiencias en las que se clasifiquen los consumidores en relación con un determinado producto o servicio, tanto geográficamente como culturalmente o en términos de segmentos de población.

CPT06. Integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida.

CPT07. Adaptarse a situaciones adversas, inesperadas, que causen estrés, ya sean personales o profesionales, superándolas e incluso convirtiéndolas en oportunidades de cambio positivo.

CPT08: Mostrar comportamientos éticos y compromiso social en el desempeño de las actividades de una profesión, así como sensibilidad a la desigualdad y a la diversidad.

- **RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA MATERIA**
- Comprender el papel de la función comercial dentro de la empresa.
- Entender el funcionamiento básico de los canales de distribución comercial.
- Diseñar el sistema de comercialización de un producto o servicio.
- Gestionar, organizar, controlar y motivar equipos comerciales.
- Desarrollar e implementar el plan comercial de una compañía.

4. CONTENIDOS

- La función de la dirección comercial
- Características y tipos de canales de venta
- Decisiones de comercialización
- Organización del equipo comercial
- Gestión del equipo de ventas: control, reclutamiento, selección, motivación, y remuneración.
- Elaboración del plan de ventas

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clases magistrales
- Método del Caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Aprendizaje Basado en proyectos
- Experiencias de campo (por medio de visitas a empresas, instituciones, etc.)
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Masterclass	27h
Lecciones magistrales asíncronas	13h
Trabajo autónomo	35h
Exposiciones orales	10h
Actividades participativas grupales	5h
Pruebas de conocimiento	3h
Tutoría	12h
Realización de proyectos	5h
TOTAL	72h

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	35%
Análisis de casos, resolución de problemas	20%
Trabajos/proyectos	20%
Informes y escritos	15%
Exposiciones orales	10%
TOTAL	100%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 10 de febrero
Actividad 2	Semana 24 de febrero
Actividad 3	Semana 10 de marzo
Actividad 4	Semana 7 de abril
Proyecto final	Semana 12 de mayo
Pruebas de conocimiento	30 de junio y 3 de julio

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- **Pérez Rodríguez, M. D.** (2010). *Dirección comercial: Cómo vender más y mejor*. eLibro.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Artal Castells, M. (2015). *Dirección de ventas: Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores* (13.ª ed.). ESIC Editorial.
- Esteban Talaya, Á., & Lorenzo Romero, C. (2013). *Dirección comercial*. ESIC Editorial.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Periañez Cañadillas, I. (2015). *Dirección comercial* (2.ª ed.). Pearson Educación.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.