

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Dirección comercial y ventas
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	2º
ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial y online
Semestre	2º
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Saskia van Liempt Serre

2. PRESENTACIÓN

La venta supone responder a las necesidades de los clientes mediante una comunicación adecuada para influir en la decisión de compra y conseguir la satisfacción del cliente. Así, se convierte en una actividad fundamental de marketing en la actividad empresarial.

Por su parte, la dirección comercial es un campo que requiere comprender las técnicas de organización de la fuerza de ventas, la delimitación de objetivos, así como la creación de planes de expansión comercial.

La forma en que la empresa presenta sus productos a los clientes y cómo desarrolla las relaciones con los mismos, son una ventaja diferenciadora en mercados cada vez más competitivos. Supone, por tanto, una disciplina que debe ser conocida y dominada por los gerentes de marketing.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB03: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT02: Autoconfianza: Capacidad para valorar nuestros propios resultados, rendimiento y capacidades con la convicción interna de que somos capaces de hacer las cosas y los retos que se nos plantean.
- CT06: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.

Competencias específicas:

- CE04: Capacidad para identificar y evaluar las necesidades de los consumidores, para poder diseñar procedimientos, crear productos y soluciones con los que canalizar la demanda hacia la oferta de las marcas.
- CE06: Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE11: Disposición para comprender y aplicar el concepto de "orientación al cliente", como centro de todas las acciones de marketing propuestas.

Resultados de aprendizaje:

Al terminar la asignatura, el alumno será capaz de:

- RA1: Aplicar en la empresa los conocimientos necesarios para llevar a cabo de forma profesional la dirección y gestión del área de ventas.
- RA2: Trabajar con conceptos y técnicas de ventas de inmediata aplicación al mundo real.
- RA3: Poner en práctica las estrategias y técnicas de negociación que conduzcan a la mejor consecución de los objetivos.
- RA4: Diseñar y organizar un equipo de ventas acorde a las necesidades de su empresa y en línea con los objetivos fijados en sus planes.
- RA5: Gestionar el equipo de ventas en sus áreas más importantes: selección, remuneración, motivación, control, etc.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB3, CT2, CE4	RA1: Aplicar en la empresa los conocimientos necesarios para llevar a cabo de forma profesional la dirección y gestión del área de ventas.
CB4, CT06, CE8, CE11	RA2: Trabajar con conceptos y técnicas de ventas de inmediata aplicación al mundo real.
CE4, CT6, CE8	RA3: Poner en práctica las estrategias y técnicas de negociación que conduzcan a la mejor consecución de los objetivos.
CE4, CE11	RA4: Diseñar y organizar un equipo de ventas acorde a las necesidades de su empresa y en línea con los objetivos fijados en sus planes.
CE4, CE11	RA5: Gestionar el equipo de ventas en sus áreas más importantes: selección, remuneración, motivación, control, etc.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en siete unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (cuatro o cinco temas dependiendo de las unidades):

1. La función de ventas
2. La negociación con los grupos de compra. Las plantillas comerciales
3. Las etapas de la entrevista de ventas

4. Técnicas de venta: preguntar y escuchar, negociación y objeciones
5. Conocer a nuestro cliente: lenguaje corporal y Programación Neurolingüística (PNL)
6. Organización y planificación comercial. La ingeniería de ventas
7. Control de ventas
8. La evaluación
9. La retribución del equipo de ventas
10. Venta en internet
11. Aspectos éticos de la venta

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

MODALIDAD PRESENCIAL

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

MODALIDAD A DISTANCIA

- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- Clases magistrales mediante seminario virtual
- Experiencias de campo (por medio de la visualización de videos, accesos virtuales a registros).

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
Lecciones magistrales	25h
Lecciones magistrales asíncronas	10h
Trabajo autónomo	40h
Exposiciones orales	5h

Actividades participativas grupales	25h
Elaboración de informes y escritos	25h
Pruebas de conocimiento	5h
Realización de trabajos/proyectos	15h
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	20h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30h
Actividades de aplicación colaborativas	20h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5h
Trabajo autónomo	45h
TOTAL	150

El porcentaje de presencialidad de 50% indicado en la actividad formativa “cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales” se refiere a la obligatoriedad de presencialidad de la prueba de conocimientos. Los cuestionarios de autoevaluación se realizarán de forma online.

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	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	25%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	30%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	5%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Trabajos, individuales (casos, resolución de problemas, ejercicios, etc.)	25%
Trabajos en grupo (proyectos, informes, casos, etc.)	30%
Participación activa en actividades (clase, foros, asistencia a eventos...)	5%

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de actividades realizadas de forma online.

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.

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de actividades realizadas de forma online.

7.2. Convocatoria extraordinaria

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.

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 9-10
Actividad 2	Semana 16-17
Prueba de conocimiento	Semana 19

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:

- García Bobadilla, L. M. (2011). + Ventas. Madrid: ESIC Editorial.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Creagh, E., García, L. M., & Rodríguez, A. (2012). Dirección y técnicas de ventas. Madrid: CTO Editorial.
- Artal, M. (2010). Dirección de ventas. Madrid: ESIC Editorial.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2009). Selling and sales management. Essex: Pearson Education Limited.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2011). Churchill/Ford/Walker's Sales Force Management. New York: McGraw-Hill.

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@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú 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.