

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Dirección Comercial
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Tercero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español (online) / inglés (presencial)
Modalidad	Presencial / Online
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2022/2023
Docente coordinador	Antonio José Salas Fuentevilla

2. PRESENTACIÓN

El objetivo de la asignatura Dirección Comercial es examinar los elementos de una fuerza de ventas efectiva, como componente clave del esfuerzo total de marketing de la organización. El curso incluye la comprensión del proceso de ventas, la relación entre las ventas y el marketing, la estructura de la fuerza de ventas, la gestión de las relaciones con los clientes (CRM), la forma de mejorar la eficacia de la fuerza de ventas y las cuestiones relativas a la contratación, selección, formación, motivación, compensación y retención.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB3: 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.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT2. 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.
- CT3: Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones: ser capaz de valorar y entender posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera.
- CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT7. Conciencia de los valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

Competencias específicas:

- CE8. 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.
- CE16. Capacidad para comprender y analizar el comportamiento del consumidor: 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 geográfica como culturalmente o en términos de segmentos de población.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Comprender el papel de la función comercial dentro de la empresa.
- RA2: Entender el funcionamiento básico de los canales de distribución comercial.
- RA3: Diseñar el sistema de comercialización de un producto o servicio.
- RA4: Gestionar, organizar, controlar y motivar equipos comerciales.
- RA5: Desarrollar e implementar el plan comercial de una compañía.

En la siguiente tabla 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
CB2, CT3	RA1: Comprender el papel de la función comercial dentro de la empresa.
CB2, CB3, CB4, CT3, CT4, CT7, CE8, CE16	RA2: Entender el funcionamiento básico de los canales de distribución comercial.

CB2, CB3, CB4, CT2, CT3, CT4, CT7, CE8, CE16	RA3: Diseñar el sistema de comercialización de un producto o servicio.
CB2, CB3, CB4, CT2, CT3, CT4, CT7, CE8, CE16	RA4: Gestionar, organizar, controlar y motivar equipos comerciales.
CB2, CB3, CB4, CT2, CT3, CT4, CT7, CE8, CE16	RA5: Desarrollar e implementar el plan comercial de una compañía.

4. CONTENIDOS

La asignatura está organizada en cinco unidades de aprendizaje (UA) de contenido teórico. La sexta unidad de aprendizaje, está orientada a la elaboración y presentación de un trabajo grupal que aplique todos los contenidos del curso.

Unidad 1 Introducción a la dirección comercial

Unidad 2 La función comercial y los tipos de canales de ventas

Unidad 3 Análisis de consumidores y mercados

Unidad 4 Diseño y organización del equipo comercial

Unidad 5 Gestión del proceso de venta: supervisión, control y dirección del equipo comercial.

Unidad 6 Trabajo final de grupo

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

Modalidad presencial

Método del Caso

Aprendizaje cooperativo

Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

Aprendizaje Basado en proyectos

Clases magistrales

Experiencias de campo (por medio de visitas a empresas, instituciones, etc.)

Entornos de simulación

Modalidad online

Método del Caso

Aprendizaje cooperativo

Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)

Aprendizaje Basado en proyectos

Clases magistrales mediante seminario online
Experiencias de campo (por medio de la visualización de videos, accesos virtuales a registros)
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:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	40 h
Trabajo autónomo	35 h
Exposiciones orales	10 h
Análisis de casos y Resolución de problemas	20 h
Actividades participativas grupales	20 h
Pruebas de conocimiento	3 h
Tutoría	12 h
Realización de trabajos/proyectos	10 h
TOTAL	150

Modalidad a distancia:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	5 h
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	22,5 h
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	35 h
Actividades de aplicación colaborativas.	12,5 h
Tutorías	17,5 h
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento	7,5 h
Estudio autónomo	50 h
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimientos	40%
Análisis de casos, resolución de problemas	15%
Elaboración de proyectos	20%
Informes escritos	15%
Exposiciones orales	10%

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.

Las actividades pueden ser tanto individuales como grupales. En cuanto a las actividades grupales, aquellos alumnos que se incorporen de forma tardía (y siempre que cuenten con la autorización del coordinador académico) deberán realizar las actividades de forma individual.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria la nota media ponderada de todas las actividades que figuran en la tabla anterior debe ser igual o superior a 5 sobre 10, habiendo obtenido en la prueba de conocimiento una calificación igual o superior a 5 sobre 10. Asimismo, se deberá obtener una nota mínima de 5 sobre 10 en la suma de las actividades individuales, los casos de estudio y las actividades diseñadas para el desarrollo de competencias.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para aprobar la asignatura en la convocatoria extraordinaria la nota media ponderada de todas las actividades que figuran en la tabla anterior debe ser igual o superior a 5 sobre 10, habiendo obtenido en la prueba de conocimiento una calificación igual o superior a 5 sobre 10. Asimismo, se deberá obtener una nota mínima de 5 sobre 10 en la suma de las actividades individuales, los casos de estudio y las actividades diseñadas para el desarrollo de competencias.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Introducción a la dirección comercial	Semana 2-4
Actividad 2 La función comercial y los tipos de canales de ventas	Semana 4-6
Actividad 3. Análisis de clientes y mercados	Semana 6-8
Actividad 4. Diseño y organización del equipo comercial	Semana 8-10
Actividad 5. Gestión del proceso de venta: supervisión, control y dirección del equipo comercial	Semana 10-12
Actividad 6. Gestión del proceso de venta: supervisión, control y dirección del equipo comercial II	Semana 12-16
Actividad 7. Presentación del trabajo grupal	Semana 16-20

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

9. BIBLIOGRAFÍA

- Cichelli, David (2004). Compensating the sales force. New York:McGraw Hill.
- Cron, W. L., & DeCarlo, T. E. (2009). Sales Management. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Friedman, Walter (2004). Birth of a salesman. Harvard University Press.
- Futrell, Charles M (2001). Sales management. EE.UU. (Philadelphia): Saunders College Publishing.
- 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 ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo

educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

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.