

GUÍA DOCENTE
DIRECCION COMERCIAL

**DOBLE GRADO EN DERECHO Y ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

CURSO 2021-22

I.-Identificación de la Asignatura

Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	4.5
Idioma en el que se imparte	Castellano

NOTA IMPORTANTE SOBRE EL MODELO FORMATIVO DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2021-22

El Protocolo de adaptación de la docencia ante la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 en la Universidad Rey Juan Carlos, aprobado por el Consejo de Gobierno, establece el marco en el que deberá desarrollarse la actividad académica en el curso 2021-22, de manera transitoria, mientras estén vigentes estas excepcionales condiciones.

A tal efecto, las actividades de enseñanza y aprendizaje que se realicen considerarán la clase como el espacio de interacción entre docentes y estudiantes que se produce en entornos tanto físicos como virtuales y que facilitan un modelo de trabajo continuado y de relación constante entre el docente de la asignatura y los estudiantes de un grupo tanto a través de actividades síncronas como asíncronas.

Con la finalidad de poder responder de manera ágil a los cambios de situación que la evolución de las condiciones sanitarias pudiera requerir, bien para regresar a un modelo totalmente presencial como para atender a la necesidad de realizar toda la actividad a distancia ante un agravamiento de la situación, esta Guía docente detalla, a nivel de asignatura, cómo se aplicará el plan de contingencia de la Universidad en el caso de que ello fuese necesario. Para ello, en los apartados de Metodología y Plan de trabajo, y en Métodos de evaluación, se especifica la adaptación que se llevará a cabo de estos elementos curriculares en el caso de que la situación lo requiera.

Cláusula informativa para las guías docentes en caso de adaptación de la docencia online

En cumplimiento del Reglamento Europeo 679/2016, de 27 de abril, general de protección de datos, así como de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales-, se informa a los alumnos de que en el caso de que se requiera la adaptación de la docencia al entorno virtual, las clases impartidas por videoconferencia síncrona podrán ser objeto de grabación. Este tratamiento de los datos personales se podrá efectuar por la Universidad Rey Juan Carlos con la finalidad de garantizar la impartición de docencia y se lleva a cabo en virtud del cumplimiento de las obligaciones legales encomendadas a la URJC por la Ley Orgánica de Universidades y en el ejercicio de sus poderes públicos (art. 6.1 del RGPD).

Pueden obtener más información en relación con la política de privacidad de la Universidad Rey Juan Carlos en <https://www.urjc.es/proteccion-de-datos/3462-clausula-informativa-ampliada>

II.-Presentación

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 la empresa y el mercado. La asignatura se imparte 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, etc. tradicionales del Marketing y de las Ventas, competencia que así se traslada a los alumnos.

III.-Competencias

Competencias Generales

- 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.

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.A.-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 - Auditoría 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 (Customer Relationship Management)
	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

<p>5.- TENDENCIAS ACTUALES DE DIRECCION COMERCIAL</p>	<p>7.- Nuevos enfoques relativos a la función de Ventas</p>	<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.B.-Actividades formativas	
Tipo	Descripción
<p>Otras</p>	<p>Exposición y defensa del plan comercial de forma presencial o en remoto, según la evolución de la situación sanitaria</p>
<p>Lecturas</p>	<p>La metodología descrita en esta guía, prevé que los alumnos puedan realizar las consultas bibliográficas necesarias y sugeridas tanto en la bibliografía básica como en la complementaria. Casos de Estudio. Artículos de actualidad</p>
<p>Prácticas / Resolución de ejercicios</p>	<p>Resolución de ejercicios y casos prácticos individuales y/o en grupo. Discusiones de casos, lecturas y participación en debates sobre temas de actualidad. Búsqueda y análisis de noticias y artículos relacionados con los contenidos de la asignatura, Realización de pruebas periódicas de asimilación de conceptos.</p>

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 [AP] Actividad formativa presencial [AD] Actividad formativa a distancia [PC] Adaptación de la actividad según Plan de contingencia		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	(AP/AD según turnos de alumnos) Introducción al tema. Esquemas del contenido. Comprensión y asimilación del tema. Resumen conceptos básicos. (PC) En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse en su totalidad de forma presencial o bien en su totalidad de forma remota mediante videoconferencias síncronas a través del Aula Virtual
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	(AP/AD según turnos de alumnos) Debates sobre lecturas y noticias de actualidad. Casos prácticos. Trabajos individuales. (PC) En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse en su totalidad de forma presencial o bien en su totalidad de forma remota mediante videoconferencias síncronas a través del Aula Virtual

Lecturas	Semana 1 a Semana 15	(AD) Lecturas actuales y bibliografía complementaria que se realizarán de manera autónoma por parte del alumno y con un seguimiento por parte del profesor a distancia .
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	(AP/AD según turnos de alumnos) Elaboración por grupos de los trabajos que se asignen por cada profesor (Plan comercial, plan de ventas, etc.), que se irán tutorizando en clase por apartados, para su posterior presentación del trabajo terminado. (PC) En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse en su totalidad de forma presencial o bien en su totalidad de forma remota mediante videoconferencias síncronas a través del Aula Virtual
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(AP) Tutorías en clase de los Trabajos colectivos. Estas tutorías se realizarán inicialmente de forma presencial (PC) En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse de forma remota a través del Aula Virtual
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(AP/AD según turnos de alumnos) Tutorías en clase de los trabajos colectivos.. (PC) En función de la evolución de la situación sanitaria, estas actividades podrían realizarse en su totalidad de forma presencial o bien en su totalidad de forma remota mediante videoconferencias síncronas a través del Aula Virtual
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(AD) Tutorías individuales de alumnos, según calendario fijado por el profesor. Estas tutorías se realizarán de forma remota a través de Aula Virtual, salvo que la situación sanitaria permita su realización presencial.

VII.-Métodos de evaluación

VII.A.-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 para las actividades presenciales o el sistema de control de asistencia disponible en Aula Virtual tanto para las actividades presenciales como las que desarrollen a distancia de manera síncrona). La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. En las pruebas que lo requieran, se indica, además, cómo quedarían adaptadas para responder al cambio de escenario establecido en el plan de contingencia de la Universidad. 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. La suma de las actividades no revaluables no podrá superar el 50% de la nota de la asignatura y, en general, no podrán tener nota mínima (salvo en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando esté debidamente justificado), evitando incorporar pruebas que superen el 60% de la ponderación de la asignatura.

Evaluación extraordinaria: Los estudiantes 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, únicamente de las actividades de evaluación revaluables.

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

1-Evaluación de trabajo individual o en grupo	10%	Reevaluables
2-Exposición oral	10%	No reevaluable
3-Evaluación de problemas y casos prácticos	20%	Reevaluable
4-Pruebas de evaluación teórico-prácticas presenciales	60%	Reevaluables

(4) La evaluación teórico-práctica 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.

En la reevaluación de la Convocatoria Extraordinaria:

A los alumnos que superen las actividades prácticas durante la Convocatoria Ordinaria, pero no superen el examen escrito de conocimientos en dicha Convocatoria, se les guardarán las calificaciones de dichas actividades prácticas hasta el examen escrito de conocimientos de la reevaluación de la Convocatoria Extraordinaria. A los alumnos que no superen las actividades prácticas durante la Convocatoria Ordinaria, se les podrá reevaluar en la Convocatoria Extraordinaria mediante la realización de las actividades que establezca cada profesor, intentando buscar la mayor similitud con las actividades a reevaluar. En este caso, y suponiendo que hubieran superado el examen escrito de conocimientos en Convocatoria Ordinaria, se les guardará la nota obtenida en dicho examen hasta que se realice la reevaluación en Convocatoria Extraordinaria de las citadas actividades prácticas.

En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que la reevaluación de Convocatoria Extraordinaria solamente podrá realizarse de aquellas pruebas (prácticas y/o escrita de conocimientos) que en la Convocatoria Ordinaria 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 Convocatoria Ordinaria hayan sido iguales o superiores a 5.**

VII.B.-Evaluación de estudiantes 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. Durante el curso 2021-22, los estudiantes que justifiquen médicamente la imposibilidad de asistir presencialmente a las actividades que lo requieran, con motivo del COVID-19, podrán solicitar la dispensa académica. 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.C.-Revisión de las pruebas de evaluación

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

VII.D.-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 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.E.-Conducta Académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>). Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía

ARTAL CASTELLS, M.; Dirección de Ventas. 15ª Ed. Esic. Madrid. 2012

GARCIA BOBADILLA, L.M.; +Ventas 4ª Ed. ESIC. Madrid 2011

MARTÍN-SANTANA, J.D.; OLARTE-PASCUAL, C.; REINARES-LARA, E.; REINARES-LARA, P.; SAMINO-GARCÍA, R.;

Gestión de la Comunicación: Un enfoque integral ESIC Madrid 2019

FERNÁNDEZ-BALAGUER, G.; MOLINA, J.; *El plan de Ventas*. 5º Ed. ESIC. Madrid. 2010

ROMERO, J.; ROMERO, E.; ROMERO, M.; *Vender en las Plataformas Digitales*. ESIC, Madrid, 2018.

ESTEBAN TALAYA, A Y LORENZO ROMERO, C.; Dirección Comercial ESIC Editorial, Madrid 2013

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

Bibliografía de consulta

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

AMOR BRAVO, ELÍAS M.; *El Marketing y la Cuarta Revolución Industrial*, Esic, Madrid 2019.

JAIME, DE, J.; *Finanzas para el Marketing y las Ventas*. ESIC, Madrid, 2013

FACTA, BERBARDO R.; *Comunicación que Funciona* Ed. ESIC. Madrid. 2019

PALOMARES, R.; *Merchandising. Auditoría de Marketing en el Punto de Venta*. ESIC, Madrid 2015

ALCAIDE, J.C.; *Los 100 errores de la Experiencia del Cliente*, ESIC 2015

IX. Profesorado	
Nombre y Apellidos	Carmen Bermejo Siller
Correo Electrónico	Prof.cbermejo@eserp.com
Titulación Académica	Doctora