

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Dirección Comercial

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLI)

GRUPO: 2627-S1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Optativa (OP)

ECTS: 6,0

CURSO: 3º

TEMPORALIDAD: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: BERTA DE LA TORRE NECHES

EMAIL: btorren@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 18:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Graduado Comercio (Universidad *Universidad de Valladolid*)
- Master universitario: Máster Universitario en Profesor de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas
- Doctorado: Doctorado en Investigación Transdisciplinar en Educación (2021)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de 7 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Docente de Formación Profesional (Marketing y Comercio) Profesional de la enseñanza con 7 años de experiencia impartiendo formación en ciclos formativos de Grado Medio y Grado Superior, especializado en módulos relacionados con el área de Marketing, Comercio y Gestión Comercial. Experiencia en la planificación, desarrollo y evaluación de programas formativos adaptados a las necesidades del alumnado de Formación Profesional, promoviendo metodologías activas, aprendizaje basado en proyectos y el uso de herramientas digitales aplicadas al ámbito empresarial.)
- Cuenta con experiencia de 2 años en docencia universitaria en el nivel del Máster (Experiencia de 2 años en la tutorización y dirección académica de Trabajos Fin de Grado (TFG) y Trabajos Fin de Máster (TFM) en el ámbito universitario. Desarrollo de labores de orientación metodológica, supervisión del proceso investigador, asesoramiento en la búsqueda y análisis de fuentes bibliográficas, apoyo en la elaboración de la memoria académica y preparación de la defensa pública de los trabajos. Seguimiento individualizado del alumnado, garantizando el cumplimiento de los criterios de calidad científica, rigor académico y aplicación práctica de los resultados obtenidos.)
- Cuenta con experiencia de 2 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Experiencia docente universitaria impartiendo asignaturas del área de Ciencias Empresariales y Jurídicas. Desarrollo de actividades de planificación docente, elaboración de materiales didácticos, impartición de clases teóricas y prácticas, evaluación del aprendizaje y tutorización académica del alumnado. Aplicación de metodologías activas orientadas al desarrollo de competencias profesionales, fomentando el análisis crítico, la resolución de casos prácticos y la conexión entre los contenidos académicos y el entorno empresarial y jurídico.)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de 2 años en el sector Privado (Jefa de Estudios en un Instituto de Formación Profesional, asumiendo la coordinación académica y organizativa del centro, la planificación y seguimiento de la actividad docente, así como la supervisión de los procesos educativos y la mejora

continúa de la calidad formativa, así como el de Responsable del Departamento Contable en una empresa del sector del bricolaje y la construcción, llevando a cabo la gestión económica integral, el control y análisis financiero, la elaboración de informes contables y la coordinación de los procesos administrativos asociados.)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- 1 año (Project-based learning: an analysis of cooperation and evaluation as the axes of its dynamic)

OTROS DATOS CV :

Desarrollo e imparto programas de formación especializada dirigidos a agentes comerciales de la empresa Helvetia Seguros, orientados al fortalecimiento de competencias profesionales y desarrollo continuo de capital humano. Asimismo, colaboro como revisora científica externa de manuscritos para Journal of Technology Education, contribuyendo a los procesos de evaluación y al aseguramiento de la calidad de las publicaciones académicas. Complementariamente, he formado parte de equipos de mentoring en centros educativos, participando en el acompañamiento, orientación y desarrollo personal y académico de estudiantes, así como en el impulso de iniciativas de apoyo y mejora educativa.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Estudio y análisis de la función comercial en la empresa a nivel estratégico y operativo, abordado su diseño, organización, planificación y control, en diferentes sectores, la gestión de clientes, principales tendencias, y habilidades, modelos y tecnologías vinculadas a una gestión eficaz de esta área empresarial.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. DIRECCIÓN COMERCIAL

1. Introducción a la dirección comercial
2. Análisis del mercado y el entorno
3. Análisis de la competencia
4. Estrategia comercial: segmentación y posicionamiento
5. El proceso de comunicación comercial
6. El plan comercial o de ventas
7. Organización y gestión del equipo de ventas
8. Sistema de distribución comercial
9. Nuevas tendencias y tecnología en dirección comercial: Merchandising y Trade Marketing

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Recursos didácticos: Recursos multimedia

Recursos tecnológicos: Plataformas de aprendizaje en línea, Herramientas de presentación, Recursos de gamificación, Herramientas de comunicación.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG12. Capacidad para el desarrollo de aprendizaje autónomo
- CG15. Capacidad para comunicarse con expertos de otras áreas
- CG17. Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar
- CG19. Capacidad de organización y planificación

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE01. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios
- CE74. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes
- CE75. Capacidad para definir objetivos y desarrollar estrategias y políticas comerciales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Analizar los distintos aspectos que engloba la gestión comercial en Internet, así como la utilización de las distintas herramientas estratégicas y operativas de marketing para la elaboración de un plan de actuación en mercados electrónicos.
- Realizar un seguimiento y control de las estrategias y acciones puestas en marcha en el Plan de Comunicación.
- Analizar los fundamentos, métodos y aplicaciones básicas que presiden el comportamiento del consumidor, a través de sus factores influyentes, el proceso de decisión de compra y el impacto de su actuación en las estrategias y tácticas comerciales de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Parra Meroño, M.C & Beltrán Bueno, M.A. (2016): Marketing y Dirección Comercial. Vol I,II. . UCAM. ISBN: 9788492986293
- Del castillo Peces, C & Mateo Sanz, A. (2019): Dirección Comercial. OmmPress. ISBN: 9788417387457
- Artal Castells, M. (2016): Dirección de Ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC. ISBN: 9788473567688

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Asociación Española de Retail](https://www.asociacion-retail.com/?utm_source)(https://www.asociacion-retail.com/?utm_source)

Agrupar empresas del sector del retail y aborda temas de distribución, comercialización, tecnología comercial e innovación.

[AEMARK. Asociación Española de Marketing Académico y Profesional](https://aemark.es)(https://aemark.es)

Entidad que agrupa a profesionales e investigadores del marketing en España. Promueve la formación, la investigación y la transferencia de conocimiento en áreas como dirección comercial, comportamiento del consumidor, estrategias comerciales y comunicación.

[AECOC. Asociación Española de Codificación Comercial](https://www.aecoc.es/#)(https://www.aecoc.es/#)

Asociación que reúne a distribuidores y fabricantes en la búsqueda de eficiencias operacionales y en la mejor satisfacción de necesidades del consumidor.

[HBR. Harvard Business Review](https://hbr.org/topic/subject/sales-and-marketing)(https://hbr.org/topic/subject/sales-and-marketing)

Incluye artículos de alto nivel sobre la interrelación entre marketing y ventas, tecnología comercial, distribución, etc.

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

La profesora facilitará en el campus virtual de la asignatura una serie de artículos, vídeos y materiales tanto teóricos como prácticos para el seguimiento de la asignatura.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se desarrollará mediante la exposición estructurada y secuenciada de los contenidos por parte de la profesora, apoyada en presentaciones digitales como recurso principal, que servirán de base para la comprensión progresiva de los conceptos fundamentales de la asignatura. Este enfoque permitirá organizar y sistematizar los contenidos de manera clara y accesible, facilitando la asimilación de los aprendizajes clave y la construcción de una base conceptual sólida sobre la que se irán articulando los distintos temas.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Intercambio de ideas, debate guiado y discusión en el aula a partir de los contenidos trabajados, fomentando la participación activa del estudiante y el contraste argumentado de diferentes puntos de vista. Se promoverá el análisis crítico de situaciones empresariales, la toma de decisiones comerciales y la defensa fundamentada de distintas estrategias de marketing, especialmente en el desarrollo de actividades prácticas y exposiciones orales.

MÉTODO HEURÍSTICO:

A través del trabajo colaborativo se incentiva al alumnado a que investigue, analice y plantee soluciones propias a problemas o situaciones planteadas. Este enfoque promueve el pensamiento crítico y la capacidad de aprendizaje autónomo, relacionando contenidos de la asignatura con su aplicación práctica y el contexto real actual.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica inicialmente presentada. La profesora informará convenientemente al alumnado de las nuevas modificaciones puntuales, previa aprobación de la coordinación académica de la titulación.

- **Semana 1 a 6:** Desarrollo de los temas 1,2,3 y 4 mediante la exposición y explicación de los contenidos teóricos fundamentales de la asignatura, apoyados en presentaciones elaboradas por la profesora. De forma paralela, se realizarán actividades prácticas y dinámicas de aula orientadas a la comprensión, aplicación y consolidación de los conceptos básicos, favoreciendo la participación activa del alumnado y la asimilación progresiva de los contenidos.
- **Semana 7:** Evaluación parcial (Parcial 1) que incluirá contenidos abordados en las primeras seis semanas.
- **Semana 8 a 15:** Desarrollo de los temas 5,6,7,8 y 9 mediante la exposición de los contenidos teóricos y su aplicación práctica a través de actividades en el aula orientadas a la consolidación de los aprendizajes. Paralelamente, el alumnado trabajará en el desarrollo del trabajo de la asignatura, combinando el seguimiento guiado por la profesora con el trabajo autónomo y colaborativo, favoreciendo la integración de los contenidos y su aplicación a situaciones reales. La semana 13 se realizará la entrega del trabajo y las semanas 14 y 15 las defensas grupales.
- **Semana 16:** Resolución de dudas y aclaraciones de cara al examen de convocatoria ordinaria, con sesiones de apoyo y repaso focalizadas en los contenidos de la asignatura.

En relación a las tutorías académicas grupales, recordar que estas tutorías se realizarán únicamente durante la semana amarilla, estableciéndose 4 horas por asignatura, entra la convocatoria ordinaria y la extraordinaria. Estos calendarios serán comunicados por los Centros (Facultad o Escuela) y se realizarán dichas tutorías de forma presencial en la UEMC.

Por último, destacar que la planificación de la asignatura se prevé pueda completarse/se completa con actividades complementarias académicas y/o de extensión universitaria (jornadas, eventos, seminarios) orientadas a la adquisición de competencias transversales que impulsan la formación integral de los estudiantes, al objeto de que estos sean, además, capaces de adaptarse a las demandas de la sociedad en que vivimos.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
PARCIAL 1 (T.1,2,3,4)							X									X	X	
Actividades en clase	X	X	X	X	X	X										X	X	
Trabajo Grupal													X	X	X	X	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Los contenidos y competencias necesarios para superar la asignatura serán evaluados de la forma descrita a continuación:

Hay previstas dos pruebas escritas a lo largo del curso.

La primera prueba, PARCIAL 1, con carácter eliminatorio y versará sobre los temas 1,2,3 y 4 de la asignatura. Tendrá un peso del 30% sobre la nota final (20% prueba objetiva - 10% respuesta corta).

**Para eliminar materia de los temas 1,2,3 y 4 el alumno/a deberá superar esta prueba al menos con una puntuación del 50% en la suma de las puntuaciones de la prueba objetiva y de respuesta corta.*

La segunda prueba, EXAMEN FINAL ORDINARIA, se realizará sobre los temas restantes, 5,6,7,8 y 9. tendrá un peso del 30% sobre la nota final (20% prueba objetiva - 10% respuesta corta).

En el caso de no superar la prueba eliminatoria PARCIAL 1, el alumno/a se presentará a la segunda prueba EXAMEN FINAL ORDINARIA con todos los temas que integran la asignatura, siendo los siguientes: 1,2,3,4,5,6,7,8 y 9.

**En ambos casos el alumno/a tendrá que obtener una puntuación del 50% en la suma de las puntuaciones de la prueba objetiva y de respuesta corta.*

El 40% restante de la calificación final se obtendrá a partir de la realización de las actividades y del trabajo grupal propuesto en clase, distribuyéndose de la siguiente forma:

- 10%: Cumplimiento y realización de las actividades desarrolladas en clase. Este porcentaje se obtendrá únicamente si se entregan todas las actividades solicitadas por la profesora. En caso de no entregar alguna actividad, la puntuación se reducirá de forma proporcional al número de actividades no realizadas respecto al total propuesto; $(n^{\circ} \text{ de actividades entregadas} / n^{\circ} \text{ total de actividades propuestas}) \times 10$.
- 30%: Trabajo de la asignatura, que se divide a su vez:
 - 20%: Defensa oral del trabajo.
 - 10%: Documento escrito entregado.

Importante: Se permite el uso de herramientas de inteligencia artificial como apoyo al proceso de aprendizaje, especialmente para la búsqueda de información, el contraste de contenidos y el fomento de la creatividad. No obstante, su utilización deberá realizarse siempre desde un enfoque ético, responsable y crítico, garantizando que las aportaciones del alumnado sean propias y reflejen un trabajo personal de elaboración y comprensión. En este sentido, se considerará un uso inadecuado de estas herramientas la reproducción literal o la entrega de contenidos generados sin intervención, análisis o desarrollo propio por parte del estudiante. Este tipo de prácticas será entendido como un comportamiento no válido y podrá repercutir negativamente en el proceso de evaluación de la asignatura.

De esta forma, el uso inadecuado de herramientas de inteligencia artificial tendrá una calificación de 0 (cero) en la actividad correspondiente. Si este comportamiento se produce de forma habitual o generalizada, podrá reflejarse en la evaluación continua y final de la asignatura. Además, podrá dar lugar a la apertura de un expediente disciplinario, conforme a la normativa de la Universidad.

Indicar que no es necesario sacar una nota mínima en el trabajo para que este pueda hacer media en la nota final de la asignatura.

La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de información de las pruebas de evaluación será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4,5 y 7 y derivarán en la pérdida de convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta de su motivo en el expediente académico del alumno/a.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El alumnado que no haya superado la asignatura en la convocatoria ordinaria deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria, que consistirá en un examen compuesto por 60 preguntas tipo test y 10 preguntas de respuesta corta, relacionadas con todos los contenidos trabajados durante el curso en la materia (T.1,2,3,4,5,6,7,8 y 9).

Esta prueba escrita tendrá un peso del 100% en la nota final. Para poder superar la misma el alumno/a tiene que

obtener una puntuación al menos de un 50%.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas orales	20%
Trabajos y proyectos	10%
Pruebas objetivas	40%
Informes de prácticas	10%