

Guía docente / *Course Syllabus*

2018-19

1. Descripción de la Asignatura / *Course Description*

Asignatura <i>Course</i>	DIRECCIÓN COMERCIAL II
Códigos <i>Code</i>	501022; 901032
Facultad <i>Faculty</i>	Facultad de Ciencias Empresariales
Grados donde se imparte <i>Degrees it is part of</i>	Grado en Administración y Dirección de Empresas; Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho
Módulo al que pertenece <i>Module it belongs to</i>	Dirección e investigación comercial
Materia a la que pertenece <i>Subject it belongs to</i>	Dirección comercial
Departamento responsable <i>Department</i>	Organización de Empresas y Marketing
Curso <i>Year</i>	3º
Semestre <i>Tern</i>	1º
Créditos totales <i>total credits</i>	6
Carácter <i>Type of course</i>	Obligatoria
Idioma de impartición <i>Course language</i>	Español
Modelo de docencia <i>Teaching model</i>	B1

Clases presenciales del modelo de docencia B1 para cada estudiante: 27 horas de enseñanzas básicas (EB), 18 horas de enseñanzas prácticas y de desarrollo (EPD) y 0 horas de actividades dirigidas (AD). Hasta un 10% de la enseñanza presencial puede sustituirse por docencia a distancia (también presencial, pero posiblemente asincrónica), de acuerdo con la programación de la Asignatura publicada antes del comienzo del curso.

Number of classroom teaching hours of B1 teaching model for each student: 27 hours of general teaching (background), 18 hours of theory-into-practice (practical group tutoring and skill development) and 0 hours of guided academic activities. Up to 10% of face-to-face sessions can be substituted by online teaching, in accordance with the course schedule published before it begins.

2. Responsable de la Asignatura / *Course Coordinator*

Nombre <i>Name</i>	Rosario Vázquez Carrasco
Departamento <i>Department</i>	Organización de Empresas y Marketing
Área de conocimiento <i>Field of knowledge</i>	Comercialización e Investigación de Mercados
Categoría <i>Category</i>	Profesora Contratada Doctora
Número de despacho <i>Office number</i>	7.3.8.
Teléfono <i>Phone</i>	954349858
Página web <i>Webpage</i>	
Correo electrónico <i>E-mail</i>	rvazcar@upo.es

3. Ubicación en el plan formativo / *Academic Context*

Breve descripción de la asignatura <i>Course description</i>	<p>Dirección Comercial II es la continuación de Dirección Comercial I.</p> <p>La asignatura se centra en el Marketing Operativo, enlazando con el Estratégico (estudiado en Dirección Comercial I) a través del Plan de Marketing, herramienta fundamental de todo Departamento Comercial.</p> <p>El núcleo fundamental de la materia lo constituye el análisis del Marketing-Mix, que conforma la política comercial de una empresa, con sus variables: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.</p>
Objetivos (en términos de resultados del aprendizaje) <i>Learning objectives</i>	<ul style="list-style-type: none">- Adquirir una visión global de la estrategia de Marketing-mix de las organizaciones.- Desarrollar la capacidad para aplicar los conceptos, principios y estrategias del Marketing.- Desarrollar la capacidad para poner en práctica los conocimientos teóricos, aplicándolos a empresas reales.- Fomentar el desenvolvimiento del alumno en la búsqueda y tratamiento de información necesaria para la toma de decisiones de Marketing.- Desarrollar las habilidades que favorezcan una comunicación eficaz, tanto a la hora de transmitir ideas y exponer contenidos a grupos de trabajo, como a la hora de recibirlos por parte de terceros.
Prerrequisitos <i>Prerequisites</i>	<ul style="list-style-type: none">- El alumno debe haber cursado Dirección Comercial I.- Sería deseable, aunque no obligatorio, que el alumno presente cierto nivel de manejo de la lengua inglesa, ya que parte del material para el desarrollo de la asignatura podría estar en dicho idioma.- Se presupone en el alumno conocimientos básicos de matemáticas: resolución de ecuaciones y sistemas de ecuaciones, ecuaciones de segundo grado, derivadas de primer orden.

Recomendaciones <i>Recommendations</i>	Sería recomendable la implicación del alumno en la asignatura, participando activamente durante las clases.
Aportaciones al plan formativo <i>Contributions to the educational plan</i>	La realidad actual recomienda una gestión comercial adecuada en cualquier tipo de organización. Por ello la trascendencia del marketing adquiere, si cabe, todavía mayor relevancia. El aprendizaje de esta disciplina implica desarrollar diversas competencias que capaciten para la toma de decisiones de Marketing Operativo en el contexto de la organización. En particular, el estudio de las decisiones básicas de política comercial. Esta asignatura complementa a Dirección Comercial I, de segundo curso, y es susceptible de complementarse con diversas asignaturas optativas encuadradas en esta área funcional.

4. Competencias / Skills

Competencias básicas de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura <i>Basic skills of the Degree that are developed in this Course</i>	<p>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</p> <p>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</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía</p>
Competencias generales de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura <i>General skills of the Degree that are developed in this Course</i>	<p>CGI1 - Capacidad de análisis y síntesis</p> <p>CGI2 - Capacidad de organización y planificación</p> <p>CGI7 - Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>CGI8 - Capacidad para tomar decisiones</p> <p>CGI9 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas</p> <p>CGP1 - Capacidad para trabajar en equipo</p> <p>CGP4 - Habilidad en las relaciones personales</p> <p>CGP6 - Capacidad crítica y autocrítica</p> <p>CGP8 - Trabajar en entornos de presión</p> <p>CGS3 - Capacidad de aprendizaje autónomo</p> <p>CGS4 - Creatividad</p> <p>CGS5 - Motivación por la Calidad</p> <p>CGS6 - Capacidad de Adaptación a nuevas situaciones</p> <p>CGS8 - Liderazgo</p>
Competencias transversales de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura <i>Transversal skills of the Degree that are developed in this Course</i>	<p>CT1 - Comunicación oral y escrita en castellano.</p> <p>CT2 - Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.</p> <p>CT3 - Iniciativa y espíritu emprendedor.</p> <p>CT4 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.</p> <p>CT6 - Compromiso ético en el trabajo.</p> <p>CT7 - Sensibilidad hacia temas ambientales y sociales.</p> <p>CT8 - Actuar de acuerdo con criterios de responsabilidad social, principios de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal</p>

	de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
Competencias específicas de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura <i>Specific competences of the Degree that are developed in the Course</i>	CE03 - Manejar las variables comerciales que permitan alcanzar los objetivos deseados, dominar las técnicas de investigación comercial, entender el comportamiento de los consumidores, y conocer el marketing sectorial.
Competencias particulares de la asignatura, no incluidas en la memoria del título <i>Specific skills of the Course, not included in the Degree's skills</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las implicaciones de las decisiones de política comercial. - Conocer los mecanismos comerciales del mercado. - Tomar conciencia de la importancia de planificar, organizar y controlar la actividad comercial de la empresa.

5. Contenidos de la Asignatura: temario / *Course Content: Topics*

PARTE I	EL PLAN DE MARKETING
TEMA 1	EL PLAN DE MARKETING
1.1	El plan de marketing.
1.2	Ventajas del plan de marketing.
1.3	Fases del plan de marketing (offline y online). Control.
1.4	El presupuesto de Marketing.
1.5	Conclusiones.
PARTE II	EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE MARKETING MIX
TEMA 2	EL PRODUCTO
2.1	El concepto de producto.
2.2	La clasificación de los productos.
2.3	Atributos del producto.
2.4	El ciclo de vida del producto y el marketing-mix.
2.5	Cartera de productos. Línea y gama.
TEMA 3	LA DISTRIBUCIÓN
3.1	Naturaleza de los canales de distribución. Marketing de omnicanal.
3.2	La estrategia de distribución en la empresa.
3.3	Logística y distribución física.
TEMA 4	EL PRECIO DE VENTA
4.1	La naturaleza e importancia del precio.
4.2	Los objetivos de la política de precios.
4.3	Los factores determinantes del precio.
4.4	Los procedimientos de fijación de precios.
TEMA 5	LA COMUNICACIÓN COMERCIAL
5.1	Introducción.
5.2	La publicidad.
5.3	La promoción de ventas.
5.4	La fuerza de ventas.
5.5	Las redes sociales.

6. Metodología y recursos / *Methodology and Resources*

<p>Metodología general <i>Methodology</i></p>	<p>Para alcanzar los objetivos y competencias propuestas, la metodología de la asignatura se basará en conjugar Enseñanzas Básicas con Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo.</p> <p>En todas las sesiones del curso se fomentará el debate y participación activa y crítica del alumnado. Igualmente, será requisito imprescindible el trabajo autónomo del alumno.</p> <p>Los recursos para la preparación del contenido de la asignatura son las explicaciones de clase, el material de la asignatura (publicado en el Aula Virtual) y el uso de la bibliografía recomendada.</p> <p>La exposición en clase de cada tema no tiene por qué ser exhaustiva, pudiéndose remitir a la bibliografía recomendada.</p>
<p>Enseñanzas básicas (EB) <i>General teaching</i></p>	<p>En las diversas sesiones el profesor llevará a cabo una enseñanza presencial que tendrá como finalidad principal la exposición de los desarrollos teóricos de la asignatura. Es necesario advertir que, en ocasiones, puede que no sea posible tratar todos los aspectos de cada tema de forma exhaustiva. Así, la metodología a seguir consistirá en una introducción por el profesor de los principales conceptos e ideas del tema a tratar, fundamentada en la bibliografía recomendada, orientando a los estudiantes sobre la misma.</p>
<p>Enseñanzas prácticas y de desarrollo (EPD) <i>Theory-into-practice</i></p>	<p>En las sesiones dedicadas a Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo se pretende potenciar el proceso de aprendizaje del alumno mediante una complementación o ampliación de la materia.</p> <p>En ellas se resolverán supuestos prácticos, el alumno entregará trabajos realizados de forma individual, se realizarán trabajos en grupo y se expondrán trabajos que los alumnos, en grupo, deberán haber realizado antes de la EPD correspondiente. Se realizarán dos test (de 10 preguntas) sobre la materia explicada en Enseñanza Básica, que no serán eliminatorios.</p> <p>Las instrucciones correspondientes a cada EPD se publicarán en el Aula Virtual el lunes de la semana anterior a dicha EPD. Es responsabilidad del alumno consultar cada documento de instrucciones y cumplir con las indicaciones contenidas en él.</p>
<p>Actividades académicas dirigidas (AD) <i>Guided academic activities</i></p>	<p>No tiene</p>

7. Criterios generales de evaluación / *Assessment*

<p>Primera convocatoria ordinaria (convocatoria de curso) <i>First session</i></p>	<p>El 40% de la calificación procede de la evaluación continua. El 60% de la calificación procede del examen o prueba final. Las Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo representan el 40% de la puntuación total y se evaluarán de manera continua: cumplimiento en la entrega de todas las actividades encomendadas (en documento Word o Power Point, según se indique en cada caso), participación en clase, presentación de resultados y pruebas escritas, etc.</p> <p>La puntuación que los estudiantes consigan en la evaluación</p>
--	--

	<p>continua de las Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo de un curso determinado se guardará únicamente en las convocatorias finales propias de ese curso.</p> <p>Las Enseñanzas Básicas representan el 60% de la puntuación total de la asignatura y se evaluarán mediante un examen escrito, que estará compuesto por 20 preguntas tipo test y 2 supuestos prácticos.</p>
<p>Segunda convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación) <i>Second session (to re-sit the exam)</i></p>	<p>Aquellos estudiantes que no sigan el proceso de evaluación continua, o no superen las pruebas de evaluación incluidas en la misma (obtención de una calificación inferior a 5 puntos sobre 10), podrán optar al 100 % de la calificación total de la asignatura en la convocatoria de recuperación de curso, mediante un examen en el que se les evaluará del total de los conocimientos y competencias de la materia.</p>
<p>Convocatoria extraordinaria de noviembre <i>Extraordinary November session</i></p>	<p>Se activa a petición del alumno siempre y cuando éste esté matriculado en todas las asignaturas que le resten para finalizar sus estudios de grado, tal y como establece la Normativa de Progreso y Permanencia de la Universidad.</p> <p>Se evaluará del total de los conocimientos y competencias que figuren en la guía docente del curso anterior, mediante el sistema de prueba única.</p> <p>El alumno que cumpla los requisitos para presentarse a esta Convocatoria optará al 100% de la calificación total mediante un examen en el que se le evaluará del total de los conocimientos y competencias de la materia.</p> <p>Las partes de este examen se indicarán en la Convocatoria oficial.</p>
<p>Criterios de evaluación de las enseñanzas básicas (EB) <i>General teaching assessment criteria</i></p>	<p>Durante la evaluación continua: Se valorará la asistencia a clase, así como la implicación y actitud del alumno.</p> <p>Durante el examen o prueba final (1ª convocatoria): - Para el test: Cada respuesta correcta puntúa 1 punto; las preguntas en blanco no puntúan; cada respuesta incorrecta resta 0,25 puntos.</p> <p>- Para los supuestos prácticos: No podrá obtenerse un 0 como calificación de un ejercicio. En los ejercicios no sólo deben incluirse los cálculos finales, sino una explicación del proceso seguido para obtenerlos. No se puntúan las fórmulas.</p> <p>Durante el examen o prueba final (2ª convocatoria): Los criterios son los mismos que para la Primera Convocatoria.</p>
<p>Criterios de evaluación de las enseñanzas prácticas y de desarrollo (EPD) <i>Theory-into-practice assessment criteria</i></p>	<p>Durante la evaluación continua: Todas las EPDs tendrán la misma ponderación en la calificación final correspondiente a EPDs. Cada EPD debe entregarse al comienzo de cada clase, no pudiendo entregarse (bajo ningún concepto) en un momento distinto. Se valorará en la corrección de las actividades no sólo la entrega, sino también la calidad del contenido y su presentación.</p> <p>Durante el examen o prueba final (1ª convocatoria): Al ser evaluación continua, no existe prueba final de EPDs.</p> <p>Durante el examen o prueba final (2ª convocatoria): Para los alumnos que recuperen las EPDs en la prueba global, porque no las hayan realizado durante el curso o no las hayan superado, se valorará en la prueba final para esta parte su grado de adecuación a las preguntas realizadas, el empleo de los conceptos de la asignatura, así como la presentación de las ideas y del documento en sí.</p>
<p>Criterios de evaluación de las actividades académicas dirigidas (AD)</p>	<p>Durante la evaluación continua: No tiene</p> <p>Durante el examen o prueba final (1ª convocatoria): No tiene</p> <p>Durante el examen o prueba final (2ª convocatoria): No tiene</p>

<p><i>Criteria of assessment of guided academic activities</i></p>	
<p>Puntuaciones mínimas necesarias para aprobar la Asignatura <i>Minimum passing grade</i></p>	<p>1ª convocatoria: Será necesario obtener en el examen final (correspondiente a las Enseñanzas Básicas) un mínimo de 5 puntos sobre una nota de 10 para superarlo. Para hacer media entre la parte teórica y la parte práctica será necesario obtener, al menos, un 3,5 en ambas partes y que dicha nota media sea igual o superior a 5. La obtención de un 0 en uno de los supuestos prácticos (por dejarlo en blanco o contestarlo mal) implica suspender el examen y, consecuentemente, la asignatura. Deberán superarse las Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo (calificación igual o superior a 5) para hacer media con la nota del examen y obtener la calificación final. Es requisito imprescindible superar el examen para que pueda aprobarse la materia (no puede sustituirse el examen por un trabajo ni similar). 2ª convocatoria: Para la superación de la asignatura en Segunda Convocatoria, las puntuaciones necesarias son las mismas que las indicadas en la Primera Convocatoria.</p>
<p>Material permitido <i>Materials allowed</i></p>	<p>No se permite el uso de ningún material durante la realización del examen, así como el uso de cualquier dispositivo electrónico (móvil, tablet, etc.). Será necesaria una calculadora. Los estudiantes procedentes de programas internacionales de intercambio (Sócrates/Erasmus o PIMA), podrán disponer de un diccionario.</p>
<p>Identificación en los exámenes <i>Identification during exams</i></p>	<p>En cualquier momento de la realización de una prueba de evaluación los profesores podrán requerir la acreditación de la identidad de cualquier estudiante, mediante la exhibición de su carnet de estudiante, documento nacional de identidad, pasaporte u otro documento válido a juicio del examinador. Si no lo hiciese, el estudiante podrá continuar la prueba, que será calificada solo si la documentación es presentada en el plazo que el examinador establezca.</p>
<p>Observaciones adicionales <i>Additional remarks</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los alumnos deberán entregar obligatoriamente en las dos primeras semanas de clase, una ficha debidamente cumplimentada (incluyendo su dirección de correo electrónico). - Los alumnos tendrán que asistir al grupo en el que se encuentren oficialmente matriculados. El cambio de grupo sólo será aceptado si es concedido oficialmente por Secretaría (y se refleja en las Actas que dispone el profesor). El profesor responsable de la Línea no puede conceder cambios de grupo. - Los estudiantes procedentes de programas internacionales de intercambio (Sócrates/Erasmus o PIMA), tendrán el mismo régimen de exámenes, evaluación y calificación que los restantes alumnos, con la única excepción de poder disponer de un diccionario en los exámenes. No se realizarán exámenes a distancia, por lo que estos alumnos deben contemplar la posibilidad de tener que examinarse, en la Universidad Pablo de Olavide, en la Segunda Convocatoria. - Es responsabilidad del alumno saber en qué Línea está matriculado, que deberá indicar convenientemente en el examen final. La no inclusión de dicha Línea podrá llevar a su no corrección.

- Es responsabilidad del alumno conocer la Normativa de Grado en cuanto a exámenes, solicitud de convocatoria alternativa de examen, renuncia a calificación de EPD, etc.

Nota: Art. 18, Apartados 2 y 3 de la Normativa de Evaluación de los Estudiantes de Grado de la Universidad Pablo de Olavide (aprobada en Consejo de Gobierno de 27 de mayo de 2014): “En la realización de trabajos, el plagio y la utilización de material no original, incluido aquél obtenido a través de Internet, sin indicación expresa de su procedencia y, si es el caso, permiso de su autor, podrá ser considerada causa de calificación de suspenso de la asignatura, sin perjuicio de que pueda derivar en sanción académica.

Corresponderá a la Dirección del Departamento responsable de la asignatura, oídos el profesorado responsable de la misma, los estudiantes afectados y cualquier otra instancia académica requerida por la Dirección del Departamento, decidir sobre la posibilidad de solicitar la apertura del correspondiente expediente sancionador”.

Los estudiantes inmersos en un programa de movilidad o en un programa de deportistas de alto nivel, así como los afectados por razones laborales, de salud graves o por causas de fuerza mayor debidamente acreditadas, tendrán derecho a que en la convocatoria de curso se les evalúe mediante un sistema de evaluación de prueba única. Para ello, deberán comunicar la circunstancia al profesor responsable de la asignatura antes del fin del periodo docencia presencial.

Students enrolled in a mobility program or a program for high-level athletes, as well as students affected by work or serious health problems or reasons of force majeure duly accredited, will have the right to be evaluated during the first session through a single test evaluation system. To do this, they must report changes in their circumstances to the program coordinator before the end of the teaching period.

8. Bibliografía / Bibliography

Manual	<ul style="list-style-type: none"> • Cambra, J.; Fuentes, M.; Berbel, J.M.; Vázquez, R.; Ramón, M.A. y Palacios, B (2013) “Marketing: Fundamentos”, <i>Pearson</i> • Kotler, P.T. y Armstrong, G. (2018) “Principios de Marketing (17ª edición).”, <i>Pearson</i> • Kerin, R.A. y Hartley, S.W. (2018) “Marketing (13ª edición)”, <i>McGrawHill</i> • Alonso Coto, M. (2008) “El Plan de Marketing Digital”, <i>Prentice Hall</i> • Sainz de Vicuña, J.M. (2008) “El Plan de Marketing Digital en la práctica”, <i>ESIC</i>
Apuntes/Material	<ul style="list-style-type: none"> • “Apuntes de clase y material en Aula Virtual”