

# **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**

## **Grado en Administración y Dirección de Empresas**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Dirección Comercial I: Fundamentos  
(2018 - 2019)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Dirección Comercial I: Fundamentos</b>	Código: <b>219033102</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li><li>- Lugar de impartición: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li><li>- Titulación: <b>Grado en Administración y Dirección de Empresas</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2009 (Publicado en 2009-11-25)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li><li>- Área/s de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li><li>- Curso: <b>3</b></li><li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li><li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>6,0</b></li><li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano e Inglés (0,3 ECTS en Inglés)</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

No se han establecido

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: ISABEL MONTERO MURADAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grupo: <b>grupo 1</b></li><li>- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li></ul>	
Tutorías Primer cuatrimestre:	
<b>Horario:</b>  primer cuatrimestre: lunes:8:30-12,30 y 15-16 martes: 10-11	<b>Lugar:</b>  Facultad de Economía, Empresa y Turismo, departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2º planta, modulo 2, despacho 6
Tutorías Segundo cuatrimestre:	

**Horario:**

segundo cuatrimestre: martes:10,30-13,30 y 15-18

- Teléfono (despacho/tutoría):
- Correo electrónico: [immurada@ull.es](mailto:immurada@ull.es)
- Web docente: <http://www.campusvirtual.ull.es>

**Lugar:**

Facultad de Economía, Empresa y Turismo, departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2º planta, modulo 2, despacho 6

**Profesor/a: MARTA ARBELO PÉREZ**

- Grupo: **grupo 2**
- Departamento: **Dirección de Empresas e Historia Económica**
- Área de conocimiento: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Tutorías Primer cuatrimestre:

**Horario:**

Lunes: 16:15- 19:15; martes: 11:00-14:00 Virtuales: martes: 12.00-14:00

**Lugar:**

Facultad de Economía, Empresa y Turismo, departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2º planta, modulo 2, despacho 3

Tutorías Segundo cuatrimestre:

**Horario:**

2º cuatrimestre: lunes:16,30-18:30 y martes: 17:00-18:00  
Virtuales martes: 12:00-14:00

**Lugar:**

Facultad de Economía, Empresa y Turismo, departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2º planta, modulo 2, despacho 3

- Teléfono (despacho/tutoría):
- Correo electrónico: [marbelpe@ull.es](mailto:marbelpe@ull.es)
- Web docente: <http://www.campusvirtual.ull.es>

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Perfil profesional: **Organización de empresas, Contabilidad y auditoría, Finanzas, Dirección e Investigación comercial**

#### 5. Competencias

##### Competencias Específicas

**CE-28** - Dirección comercial

##### Competencias Genéricas Instrumentales

**CGI-2** - Capacidad de organización y planificación  
**CGI-3** - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa  
**CGI-4** - Comunicación oral y escrita de una lengua extranjera  
**CGI-6** - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas  
**CGI-7** - Capacidad para la resolución de problemas

#### Competencias Genéricas Personales

**CGP-9** - Capacidad para trabajar en equipo  
**CGP-13** - Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales  
**CGP-15** - Compromiso ético en el trabajo

#### Competencias Genéricas Sistémicas

**CGS-19** - Creatividad  
**CGS-21** - Iniciativa y espíritu emprendedor

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

ISABEL MONTERO MURADAS Y MARTA ARBELO PEREZ (21 GRUPO)

- Temas (epígrafes):  
- Temas: Tema 1: La orientación de las empresas al Mercado  
1.1 Clasificación de los mercados  
1.2 Mercado y oportunidades de marketing  
2.3 Marketing de intercambio versus Marketing de Relaciones

Tema 2: La Demanda

2.1 El concepto de la demanda  
2.2 Factores determinantes de la demanda  
2.3 Métodos de estimación y previsión de la demanda

Tema 3: Segmentación de Mercados

3.1 Concepto de la segmentación del mercado  
3.2 Proceso de la segmentación de mercados  
3.3 Métodos y técnicas de segmentación  
3.4 Utilización de técnicas de CRM.

Tema 4: El Comportamiento del Consumidor

- El comportamiento del consumidor y el Marketing
- El proceso de decisión de compra: Variables internas y externas
- Modelos de comportamiento del consumidor

Tema 5: Comportamiento de Compra de las Organizaciones

5.1 Características del comportamiento de compra de las organizaciones  
5.2 Modalidades de compra industrial

### 5.3 Modelos de comportamiento de compra de las organizaciones

#### Tema 6: Sistema de Información en Marketing e Investigación Comercial

- Análisis de los sistemas de información de Marketing
- Fuentes de información
- Conceptos y objetivos de la investigación comercial
- Proceso de la investigación comercial
- Técnicas de obtención de la información

#### Tema 7: Marketing de Servicios

- Demanda y calidad de los servicios
- Decisiones de precios, comunicación y distribución de servicios

#### Tema 8: Marketing Internacional

- El producto en el Marketing internacional
- Decisiones de precios, comunicación y distribución en el Marketing internacional

#### Tema 9: Otras Aplicaciones Sectoriales en Marketing

- Marketing turístico
- Marketing en organizaciones no lucrativas

#### Actividades a desarrollar en otro idioma

- Profesor/a: ISABEL MONTERO MURADAS (GRUPO 1) Y MARTA ARBELO PERÉZ (GRUPO2)

Comentario de un texto en inglés

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

#### Descripción

La metodología se desarrollará de la siguiente forma:

Clases teóricas: Combinación entre clases magistrales y discusión dirigida. Estas clases se apoyarán en bibliografía aconsejada. Se contará con soporte visual de las presentaciones, así como de la disponibilidad del material utilizado en el aula virtual de la asignatura

Clases prácticas: Grupos medianos se realizará un trabajo en grupo y se tendrá que exponer al final del curso.

Los seminarios se realizarán casos reales de empresas, se discutirán y se realizará al final de cada seminario un informe.

La asistencia a las clases prácticas es determinante de la calificación dado que pondera la nota obtenida en los trabajos de grupos a desarrollar en las prácticas.

#### Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
------------------------	--------------------	---------------------------	-------------	---------------------------

Clases teóricas	30,00	45,00	75,0	[CGI-7], [CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21], [CE-28]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21], [CE-28]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21], [CE-28]
Total horas	60.0	90.0	150.0	
Total ECTS			6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Cateora, P. y Graham, J. L. (2001):  
Marketing Internacional  
. 10ª edición, McGraw-Hill, México.

Grande Esteban, I. (1996):  
Marketing de los Servicios  
. Esic, Madrid.

Kotler, P., (2006).  
Dirección de Marketing  
. 12ª edición, Prentice-Hall, Madrid.

Santesmases, M. (2004),

Marketing: Conceptos y Estrategias  
. 5ª edición, Pirámide, Madrid.

#### Bibliografía Complementaria

Aguirre García M.S. et al (2005):  
Marketing de sectores específicos  
. Pirámide

Bello, L., Vazquez Casielles, R yTrespalcios Gutiérrez, J.A. (2005).  
Investigación de Mercados  
. Thomson, Madrid

Luque, T., (1997).  
Investigación de Marketing (Fundamentos)  
.Ariel Economía, Barcelona

Vázquez Casielles, R. Trespalcios Gutiérrez, J.A., (2005).  
Marketing:Estrategias y Aplicaciones Sectoriales  
. 4ª edición. Civitas, Madrid.

Zeithaml, V.and M. Jo Bitner (2001):  
Marketing de Servicios  
. McGraw-Hill

#### Otros Recursos

Material elaborado por el profesor, que incluirá resúmenes, trabajos y ejemplos. Estos recursos estarán en el aula virtual

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

La evaluación y calificación de la asignatura se podrá realizar de dos maneras:

A) EVALUACIÓN CONTINUA: PRUEBA PRÁCTICAS (con un peso del 35% sobre el total) y una PRUEBA TEÓRICA FINAL (con un peso del 65% sobre el total)

-PRUEBA PRÁCTICA, se realizará en las clases prácticas y a lo largo del cuatrimestre un trabajo, en grupo sobre la pyme canaria. La valoración de dicho trabajo será individual, ponderado la calificación final obtenida en el mismo porcentaje de asistencia del alumno a las clases prácticas (incluida la asistencia a las dos actividades referidas en el párrafo siguiente). Se realizarán dos actividades en las que se llevarán a cabo diversas tareas encomendadas por el profesor y que le permitan al alumno afianzar los conocimientos para la realización del trabajo.

La evaluación de la asignatura se realizará con base de una evaluación continua con un peso del 35% .

la nota obtenida en las pruebas prácticas de la evaluación continua (entre 0 y 3.5) se mantendrán únicamente para las

convocatorias pertenecientes al curso académico en que se obtienen.

PRUEBA TEÓRICA FINAL, se realizarán en las fechas previstas de las convocatorias finales de curso, constará de un examen final con preguntas tipo test de respuesta múltiple y al menos una respuesta cierta. Las preguntas no contestadas no restan puntuación y las contestadas incorrectamente sí restan, por cada error se resta un tercio del acierto. La participación de la calificación de la prueba teórica final en la nota final es de 65%.

B) EVALUACIÓN ÚNICA, se realizarán en las fechas previstas de la convocatoria s finales de curso consta de una PRUEBA TEÓRICA de las mismas características que la PRUEBA TEÓRICA FINAL de la evaluación continua, cuya participación final es del 65% y 0 de una PRUEBA PRÁCTICA que permitirá valorar de manera aproximada las competencias/resultados de aprendizaje que se hubieran vinculado a las pruebas prácticas de la evaluación continua durante el curso, cuya participación en la calificación final es del 35%. Esta evaluación única completa o de cualquiera de sus partes, la podrán realizar los alumnos que no hayan realizado la evaluación continua o que aun habiéndola realizado, renuncien formalmente a la incorporación de la calificaciones obtenidas en la evaluación continua.

La superación de la asignatura exigirá el cumplimiento de dos condiciones:

- a) Tener una puntuación total de, al menos, 5 puntos y
- b) Obtener al menos el (35)% de la puntuación máxima del examen final.

En caso que un alumno no supere la asignatura por incumplir la condición b) anterior, y su puntuación total supere los 5 puntos, la calificación final de la asignatura será de 4,5 puntos.

El estudiante que se encuentre en alguna de las convocatorias de 5º, 6º o 7º solo tendrá derecho al examen de evaluación única con el tribunal de 5º, 6º y 7º convocatoria. Si el estudiante quiere optar por la evaluación continua, tendrá que renunciar al tribunal en cumplimiento del Régimen de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna y en atención al calendario de grado, (curso 2018-2019) de la Universidad de La Laguna.

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CE-28]	Cuestionario tipo test de respuesta múltiple y al menos una respuesta cierta. Las preguntas no contestadas no restan, y las incorrectas sí por cada error resta un tercio de un acierto	65 %
Trabajos y proyectos	[CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-6], [CGI-7], [CGP-9], [CGP-13], [CGP-15], [CGS-19], [CGS-21], [CE-28]	Se realizará un trabajo en grupo y se tendrá que exponer a final de curso.	35 %

#### 10. Resultados de Aprendizaje

- Conocer los principios, teorías y modelos básicos empresariales para el futuro profesional del alumnado,
- Desarrollar habilidades y destrezas para diagnosticar el comportamiento de las organizaciones,
- Resolver problemas y diseñar estrategias para la toma de decisiones

#### 11. Cronograma / calendario de la asignatura

**Descripción**

\*La distribución de los temas por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Presentación de la asignatura. Exposición del contenido del tema 1	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	2.50	5.00	7.50
Semana 2:	Exposición del contenido del tema 1	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Actividad	3.75	5.00	8.75
Semana 3:	Exposición del tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 4:	Exposición del tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 5:	Exposición del tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 6:	Exposición del tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 7:	Exposición del tema 4	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Actividad	5.75	5.00	10.75
Semana 8:	Exposición del tema 4	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 9:	Exposición del tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 10:	Exposición del tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 11:	Exposición del tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 12:	Exposición del tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75

Semana 13:	Exposición del tema 7	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 14:	Exposición del tema 8	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 15:	Exposición del tema 9	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	5.00	8.75
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación...	3.00	15.00	18.00
Total			60.00	90.00	150.00