

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Administración y Dirección de Empresas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Dirección Comercial II: Estrategias
(2019 - 2020)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

| | |
|--|--------------------------|
| Asignatura: Dirección Comercial II: Estrategias | Código: 219033201 |
| <ul style="list-style-type: none"> - Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas - Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Empresas e Historia Económica - Área/s de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> Comercialización e Investigación de Mercados - Curso: 3 - Carácter: Obligatoria - Duración: Segundo cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es - Idioma: Castellano e Inglés (0,3 ECTS en Inglés) | |

2. Requisitos para cursar la asignatura

No se han establecido

3. Profesorado que imparte la asignatura

| |
|--|
| Profesor/a Coordinador/a: JOSE MANUEL RAMOS HENRIQUEZ |
| - Grupo: Grupo 1 - Mañana |
| <p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre: JOSE MANUEL - Apellido: RAMOS HENRIQUEZ - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados |

| Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: jramosh@ull.es - Correo alternativo: jramosh@ull.edu.es - Web: http://www.campusvirtual.ull.es | | | | | | |
|---|-------|-------|--------------|------------|---|-----------------------|
| Tutorías primer cuatrimestre: | | | | | | |
| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 09:00 | 12:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 4. Módulo 2. Planta 2 |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 15:00 | 17:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 4. Módulo 2. Planta 2 |
| Observaciones: | | | | | | |
| Tutorías segundo cuatrimestre: | | | | | | |
| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 09:00 | 12:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 4. Módulo 2. Planta 2 |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 15:00 | 17:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 4. Módulo 2. Planta 2 |
| Observaciones: | | | | | | |
| Profesor/a: MARTA ARBELO PÉREZ | | | | | | |
| - Grupo: Grupo 2 - Tarde | | | | | | |
| General - Nombre: MARTA - Apellido: ARBELO PÉREZ - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Organización de Empresas | | | | | | |

| Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: marbelpe@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es | | | | | | |
|--|-------|--------|--------------|------------|---|---------------|
| Tutorías primer cuatrimestre: | | | | | | |
| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 16:15 | 19:15 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 12, módulo II |
| Todo el cuatrimestre | | Martes | 12:00 | 14:00 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Virtual |
| Todo el cuatrimestre | | Martes | 17:00 | 18:00 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 12, módulo II |
| Observaciones: Las tutorías de los martes de 12:00-14:00, serán virtuales. Para llevar a cabo la tutoría online, usaremos la herramienta Hangouts con el usuario marbelpe@ull.edu.es | | | | | | |
| Tutorías segundo cuatrimestre: | | | | | | |
| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
| Todo el cuatrimestre | | Lunes | 16:15 | 19:15 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 12, módulo II |
| Todo el cuatrimestre | | Martes | 12:00 | 14:00 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Virtual |

| | | | | | | |
|--|--|--------|-------|-------|---|---------------|
| Todo el cuatrimestre | | Martes | 17:00 | 18:00 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | 12, módulo II |
| Observaciones: Las tutorías de los martes de 12:00-14:00, serán virtuales. Para llevar a cabo la tutoría online, usaremos la herramienta Hangouts con el usuario marbelpe@ull.edu.es | | | | | | |

| Profesor/a: NISAMAR BAUTE DÍAZ | | | | | | |
|---|-------|-----------|--------------|------------|---|---|
| - Grupo: | | | | | | |
| General - Nombre: NISAMAR - Apellido: BAUTE DÍAZ - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados | | | | | | |
| Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: nbautedi@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es | | | | | | |
| Tutorías primer cuatrimestre: | | | | | | |
| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
| Todo el cuatrimestre | | Miércoles | 10:30 | 13:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario |

| | | | | | | |
|----------------------|--|--------|-------|-------|---|---|
| Todo el cuatrimestre | | Jueves | 10:30 | 13:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario |
|----------------------|--|--------|-------|-------|---|---|

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
|----------------------|-------|-----------|--------------|------------|---|---|
| Todo el cuatrimestre | | Miércoles | 10:30 | 13:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario |
| Todo el cuatrimestre | | Jueves | 10:30 | 13:30 | Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A | Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario |

Observaciones:

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-30 - Dirección financiera

Competencias Genéricas Instrumentales

CGI-1 - Capacidad de análisis y síntesis

CGI-2 - Capacidad de organización y planificación

CGI-8 - Capacidad de tomar decisiones

Competencias Genéricas Personales

CGP-9 - Capacidad para trabajar en equipo

Competencias Genéricas Sistémicas

CGS-17 - Capacidad de aprendizaje autónomo

CGS-19 - Creatividad

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Grupo Mañana

- Profesor: José M. Ramos Henríquez

Grupo Tarde

- Profesora: Marta Arbelo Pérez

Temas:

Tema 1. Introducción al Marketing Operativo

Tema 2. Decisiones sobre Productos/Servicios

Tema 3. Decisiones sobre Precios

Tema 4. Decisiones sobre Comunicación Comercial

Tema 5. Decisiones sobre Distribución

Tema 6. El Plan de Marketing

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se podrán presentar en clase lecturas y/o videos en inglés relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Para desarrollar las competencias propias de la asignatura, la metodología a seguir será la siguiente:

Clases teóricas: Se utilizará la clase magistral con apoyo de las TICs. Durante la exposición se podrán plantear preguntas sobre el tema, introducir pequeñas actividades prácticas, resolver las dudas que puedan plantearse, etc.

Clases prácticas: Se fomentará el aprendizaje en grupo a través del trabajo en equipo, realizándose actividades como estudios de casos, solución de problemas, debate y defensa de artículos y/o orientado a la elaboración de un Plan Operativo de Marketing, etc.

Actividades Complementarias: En estas sesiones se tratarán cuestiones no incluidas en las clases teóricas y prácticas

Tutorías: El estudiante, o grupo, de estudiantes podrá consultar al profesor aquellas dudas que no hayan podido ser solucionadas durante las clases presenciales teóricas y/o prácticas, así como las que se plantean en relación con los seminarios.

La asignatura se encuentra adscrita durante el presente curso académico a un Proyecto de Innovación Docente.

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-1], [CGI-2], [CGS-17] |
| Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio) | 23,75 | 30,00 | 53,75 | [CE-30], [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] |
| Realización de seminarios u otras actividades complementarias | 3,25 | 0,00 | 3,25 | [CE-30], [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] |
| Preparación de exámenes | 0,00 | 15,00 | 15,0 | [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] |
| Realización de exámenes | 3,00 | 0,00 | 3,0 | [CE-30], [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] |
| Total horas | 60,00 | 90,00 | 150,00 | |
| | | Total ECTS | 6,00 | |

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

KOTLER, P. y KELLER, K.L. (2016): Dirección de Marketing, Prentice Hall, 15ª Edición.

KOTLER, P. Y AMSTRON, G. (2009) Principios de marketing, 12ª Edición

Bibliografía Complementaria

Santesmases; M. (2012): Marketing: Conceptos y Estrategias, 6ª edición. Pirámide, Madrid.

Cohen, W. A. (2002): El Plan de Marketing: Procedimientos, Formularios, Estrategia y Técnica. 2ª edición, Deusto, Madrid

Kerin, R., Hartley, S y Rudelius, W. (2006) Marketing. 9ª edición. McGraw-Hill, México.

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

Otros Recursos

<http://www.puromarketing.com/>

En la Hemeroteca de la Universidad de La Laguna

- Revista Distribución y Consumo.

- Revista Marketing y Ventas de Deusto.

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

1.-EVALUACIÓN CONTINUA

1.1 Práctica (40% de la nota final): La asignatura es presencial y se exige la asistencia a un mínimo del 80% de las clases, teóricas y prácticas (independientemente de su justificación) y haber presentado todos los trabajos y casos, tanto del equipo como individual; en caso contrario el alumno no podrá superar la evaluación continua y deberá ir a la EVALUACIÓN ÚNICA y, por tanto, examinarse del contenido teórico y práctico en cualquiera de las diferentes convocatorias.

La Parte práctica consiste en la realización de un Plan Operativo de Marketing (o Plan de de Acciones de Marketing) que el alumno entregará por escrito y defenderá, que se realizará en grupo y constará de tareas enlazadas que se evaluarán, cada una de ellas, así como la ejecución en espacios comerciales, sociales y/o empresariales de la recogida de información necesaria para poder definir el Plan Operativo de Marketing. Se valorará la aportación de grupo e individual, valorando actitud, predisposición, interacción,... además de la defensa del Plan Operativo que proponen, donde se valorará la coherencia de sus propuestas. El 40% se reparte entre las tareas realizadas y solicitadas durante el cuatrimestre que será: un 35% en la entrega por escrito, defensa y/o preguntas escritas de la entrega 1, un 30% en la entrega por escrito, defensa y/o preguntas escritas de la entrega 2; un 35% en la entrega por escrito, defensa y/o preguntas escritas de la entrega 3 final. Antes del Test Final Teórico-Práctico se publicará en el campus virtual la nota individual obtenida en la Parte Práctica.

1.2.- Test Final Teórico-Práctico (60%): Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía

básica y los temas, videos y complementos explicados por el profesor en clase. (Es necesario un mínimo del 50% del subtotal). El Test Final Teórico Práctico (1.2) se realizará en las convocatorias oficiales.

1.3.- Para aprobar la asignatura es necesario superar, aprobar, obtener un 5 en ambas partes (1.1 y 1.2): Evaluación Continua (asistencia, lecturas y plan de acciones de marketing) y Test Teórico-Práctico (pruebas objetivas). En caso de no aprobar alguna de las partes, al alumno no superará la asignatura y no se hallará la media (en este caso, la nota que figurará en las actas será la de la parte suspendida).

2.- EVALUACIÓN ÚNICA.

La Evaluación Única es una única prueba compuesta por dos partes: una parte práctica (2.1) y un test teórico-práctico (2.2). Esta Evaluación Única se realizará en las convocatorias oficiales.

2.1.- Examen Práctico: Para aquellos alumnos que no han realizado o que no han superado la evaluación continua, deberán realizar un examen práctico, con un 40% de la nota final, que constará de preguntas sobre:

- La metodología, proceso, contenidos, propuestas y resultados del trabajo práctico elaborado durante el cuatrimestre.
- Lecturas, videos, casos y artículos trabajados en el cuatrimestre.
- Comentario de lectura de conceptos trabajados en el cuatrimestre.

2.2.- Test final teórico-práctico (60%): Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas, videos y complementos explicados por el profesor en clase. (Es necesario un mínimo del 50% del subtotal).

2.3.- Para aprobar la asignatura es necesario superar, aprobar, obtener un 5 en ambas partes (2.1 y 2.2): Examen Práctico (2.1) que puntúa el 40% y Test Teórico-Práctico (2.2) que puntúa el 60%. En caso de no aprobar alguna de las partes, al alumno no superará la asignatura y no se hallará la media (en este caso, la nota que figurará en las actas será la de la parte suspendida).

Nota: el estudiante que se encuentre en alguna de las convocatorias extraordinarias de 5ª, 6ª y 7ª, tiene por defecto el derecho a ser examinado por un Tribunal con una evaluación única sobre 10 puntos. Si quiere presentarse a la evaluación continua debe renunciar de forma expresa y para cada convocatoria al Tribunal dentro del plazo que establece el Calendario Académico del Grado.

Estrategia Evaluativa

| Tipo de prueba | Competencias | Criterios | Ponderación |
|---|--|---|-------------|
| Pruebas objetivas | [CE-30], [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] | Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas, videos y complementos explicados por el profesor (para superar la prueba objetiva se exigirá el 50% del total). | 60,00 % |
| Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas | [CE-30], [CGI-1], [CGI-2], [CGI-8], [CGP-9], [CGS-17], [CGS-19] | Diseño, ejecución y defensa de un Plan Operativo de Marketing, a partir de una situación simulada. Este trabajo se realizará en grupo para realizar en clase y fuera de clase. Se requerirá la entrega y defensa de los distintos componentes para su evaluación. | 40,00 % |

10. Resultados de Aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá ser capaz de tomar decisiones relativas a:

- Ser capaz de aplicar a la práctica de la Dirección Comercial los conocimientos teóricos adquiridos.
- Saber analizar y aplicar los conceptos, principios y técnicas necesarios para la elaboración de un Plan de Marketing operativo.
- Ser capaz de aplicar políticas de producto, precio, comunicación y distribución.
- Ser capaz de reconocer y aportar soluciones a problemas de tipo comercial.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

*La distribución semanal de los temas, prácticas y actividades, así como de las pruebas, es orientativa y pueden sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

| Segundo cuatrimestre | | | | | |
|----------------------|--------|--|-----------------------------|---------------------------|-------|
| Semana | Temas | Actividades de enseñanza aprendizaje | Horas de trabajo presencial | Horas de trabajo autónomo | Total |
| Semana 1: | Tema 1 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 2.50 | 5.00 | 7.50 |
| Semana 2: | Tema 1 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 3: | Tema 2 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 4: | Tema 2 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 5: | Tema 2 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 6: | Tema 2 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del PRIMER entregable parcial. | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 7: | Tema 3 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Actividades complementarias | 5.75 | 5.00 | 10.75 |
| Semana 8: | Tema 3 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |

| | | | | | |
|--------------------|------------|--|-------|-------|--------|
| Semana 9: | Tema 4 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 10: | Tema 4 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del SEGUNDO entregable parcial. | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 11: | Tema 4 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 12: | Tema 5 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 13: | Tema 5 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 14: | Tema 6 | Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del TERCER entregable parcial. | 3.75 | 5.00 | 8.75 |
| Semana 15: | Tema 6 | Clases Teóricas : 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 |