Facultad de Economía,
Empresa y Turismo
Universidad de La Laguna

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Administración y Dirección de Empresas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

Dirección Comercial II: Estrategias
(2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Dirección Comercial II: Estrategias	Código: 219033201

- 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:
  Dirección de Empresas e Historia Económica
- Área/s de conocimiento:
  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: **ANDRÉS FERNÁNDEZ MARTÍN**

- Grupo: **Grupo de Mañana: teoría y práctica**

General
- Nombre: **ANDRÉS**
- Apellido: **FERNÁNDEZ MARTÍN**
- Departamento: **Dirección de Empresas e Historia Económica**
- Área de conocimiento: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **afdezm@ull.es**
- Correo alternativo: **afdezm@ull.edu.es**
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	10:45	15:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	16:15	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:20	17:50	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:40	19:10	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4

Observaciones: En caso de Escenario 1, las tutorías serán online a través de un enlace Meet creado en el campus de la asignatura.

Profesor/a: **TATIANA DAVID NEGRE**

- Grupo: **mañana y tarde**

General
- Nombre: **TATIANA**
- Apellido: **DAVID NEGRE**
- Departamento: **Dirección de Empresas e Historia Económica**
- Área de conocimiento: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico:
- Correo alternativo:

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica (Módulo 2), Seminario
Todo el cuatrimestre		Martes	10:15	13:15	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica (Módulo 2), Seminario

Observaciones: *Los martes de 11:30 a 13:15 se destinan a tutorías ERASMUS. *Concretar tutorías a través del correo electrónico: tdavidne@ull.edu.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-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

Temas:
1.El marketing mix: el despliegue de la estrategia.
2.Producto, servicio, marca: generar valor para el cliente.
3. Fijación de precios: comprensión y captura del valor del cliente.
4.Canales de distribución: Ofrecer valor al cliente.
5.Comunicación de valor para el cliente (Venta personal, Publicidad, Relaciones públicas, Promoción de ventas).
6.Relación con el cliente, CRM, fidelización, engagement, …: retener valor.
7.Marketing online.
8.Plan de marketing.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase artículos, transparencias y/o videos en inglés, relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:
- Explicación de conceptos de marketing.

- Realización de trabajos y casos prácticos en equipo.

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual.
El **desarrollo de casos y trabajos se realizarán en equipo**. Al principio del curso se formarán los equipos de trabajo.

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

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

KOTLER, P. Y AMSTRON, G. (2018) Principios de marketing, 17ª Edición.

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

Bibliografía Complementaria

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

Sistema de evaluación: Evaluación continua y los que no la superen o no se presenten deben realizar el examen de evaluación única.

Evaluación continua:
Se establece como requisito previo para superar la evaluación continua la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas.
Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario tener aprobado las dos partes para superar la asignatura en evaluación continua.

1) Parte teórica de evaluación continua (50%)
Se evaluará en examen de convocatoria única. El examen podrá contar con preguntas tipo test multi-respuestas y/o preguntas cortas de desarrollo. Para superar la parte teórica en evaluación continua es necesario tener más de un 5 en cada test.

2) Parte práctica de evaluación continua (50%)
Se evaluará por el trabajo en equipo. Igualmente se podrán incluir adicionalmente tareas o pruebas individuales.
Si se supera la parte práctica se mantendrá la nota para las convocatorias del curso académico.
El trabajo en equipo consistirá en un caso práctico que deberá entregarse y defenderse en clase.

Evaluación única en convocatoria oficial:
Sólo para los que no superen o no se presenten a la evaluación continua.

1) Parte teórica en evaluación única (50%):
Se evaluará mediante la realización de una prueba evaluativa(1) que podrá constar de preguntas tipo test multi-respuestas y/o preguntas cortas de desarrollo.
La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte práctica es de un 5.

2) Parte práctica en evaluación única (50%):
Caso práctico (50%). Resolución de un caso o responder a preguntas sobre el caso. La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte teórica es de un 5.

(1)Características de las pruebas evaluativas tanto de evaluación continua como de evaluación única:
Las preguntas de tipo test serán con 4 opciones de respuesta múltiple (máximo de 2 opciones correctas). Si se deja sin

contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 y si sólo se marca una respuesta correcta cuando haya 2 correctas, la pregunta vale el 25%.
Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.
Contenidos de las preguntas teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.

Previamente a la realización de cada prueba evaluativa se determinará si se realizará de forma presencial en aula u online. En caso de ser online se aplicarán las medidas necesarias para verificar la identidad (conexión con vídeo activado y/u otras medidas).
Organización del test en bloques de preguntas de forma secuencial. Tiempo aproximado 1,5 min. por pregunta tipo test.

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	[CGS-17], [CGP-9], [CGI-8], [CGI-2], [CGI-1], [CE-30]	Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica, los temas y complementos explicados por el profesor. Para superar la prueba objetiva se exigirá el 50% del total.	50,00 %
Trabajos y proyectos	[CGS-19], [CGS-17], [CGP-9], [CGI-8], [CGI-2], [CGI-1]	Trabajo práctico basado en productos reales. 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.	50,00 %

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 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	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Tema 2	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Tema 2	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 3	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 3	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 4	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 4	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 5	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 5	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 6	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Actividades complementarias	5.75	6.00	11.75
Semana 11:	Tema 6	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Tema 7	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 7	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM	3.75	6.00	9.75

Semana 14:	Tema 8	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del TERCER entregable parcial.	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tema 8	Clases Teóricas : GG Clases Prácticas: GM Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del TERCER entregable parcial.	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación.	3.00	0.00	3.00
		Total	60.00	90.00	150.00