

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

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

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Dirección Comercial I: Fundamentos  
(2022 - 2023)**

## 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:  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> </ul> </li> <li>- Área/s de conocimiento:  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul> </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

Profesor/a Coordinador/a: <b>TATIANA DAVID NEGRE</b>
- Grupo: <b>Grupo 1 y Grupo 2</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>TATIANA</b></li> <li>- Apellido: <b>DAVID NEGRE</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>
<b>Contacto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono 1: <b>922 231 6966</b></li> <li>- Teléfono 2:</li> <li>- Correo electrónico: <b>tdavidne@ull.es</b></li> <li>- Correo alternativo: <b>tdavidne@ull.edu.es</b></li> </ul>

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	10:00	11:30	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	16:30	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones: * Los lunes de 16:00-18:00 se dedicarán solamente a tutorías de coordinación Erasmus.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	- - -	Tutorías Erasmus
Todo el cuatrimestre		Martes	15:00	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones: * Tutorías Erasmus: Reconocidas por el Decanato de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo.						

#### 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

1. Definición de marketing y del proceso de marketing. Concepto y evolución del marketing. El valor.
2. Análisis del entorno de marketing. Sistema de información e investigación comercial.
3. Comprensión del comportamiento del consumidor
4. Segmentación del mercado. Selección del mercado objetivo.
5. Diferenciación y posicionamiento.
6. Diseño de la propuesta de valor.
7. La estrategia comercial sostenible.

#### 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. Estos contenidos de vídeos o lecturas en inglés serán evaluados en español, dentro del conjunto de las preguntas tipo test y/o preguntas de respuesta corta de la parte teórica-conceptual del sistema de evaluación.

## 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
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos y análisis de material audiovisual, ...

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual, donde se encontrarán los materiales utilizados, casos, tareas, ejercicios, ...

El desarrollo de casos y trabajos se realizarán en equipo. Al principio del curso se formaran 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-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CE-28]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CGS-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CGS-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CE-28]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CGS-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CGS-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2], [CE-28]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. 13ª Edición. Pearson  
Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing*. 17ª Edición. Pearson  
Alex Osterwalder...[et al.] (2015) *Diseñando la propuesta de valor : cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Editorial:Deusto, 2015.

### Bibliografía Complementaria

Kotler, P. & Keller, K. L.(2016). *Dirección de marketing*. 15ª Edición. Pearson.

### Otros Recursos

Material elaborado por profesora. Estos recursos estarán en el aula virtual

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

#### Sistema de evaluación:

De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna la modalidad de evaluación en primera convocatoria será preferentemente la evaluación continua. El alumnado que quiera acogerse a evaluación única en primera convocatoria debe solicitarlo debidamente justificado en las fechas establecidas a través del enlace disponible en el aula virtual de la asignatura.

#### Evaluación continua:

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación.

#### 1) Parte práctica de evaluación continua (a lo largo del curso) (50%)

a) Trabajo en equipo:

1.1) Trabajo en equipo (tareas, informe, presentación, defensa...) (40%).

b) Trabajo individual:

1.2) Test del procedimiento y metodología para la elaboración del trabajo en equipo (10%).

#### 2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

#### Evaluación única:

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

### 1) Parte teórica-conceptual (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multi-respuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

### 2) Parte práctica (50%)

Resolución de casos prácticos y/o análisis para la toma de decisiones estratégicas de marketing (40%).

Test del procedimiento y metodología para la elaboración del trabajo práctico (10%)

\* Se mantendrá la nota de la Evaluación Continua en la segunda convocatoria.

(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test 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.

\* En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria de forma secuencial.

(2) Convocatorias extraordinarias:

El alumnado que se encuentre en las convocatorias extraordinarias 5ª, 6ª y 7ª, por defecto solo tiene derecho a ser evaluado por un Tribunal, pero si quiere optar por la evaluación continua y que sea calificado por el profesor, tendrá que presentar por Sede Electrónica un documento de renuncia al Tribunal para cada convocatoria según establece el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna con la anticipación que establece el Calendario del Grado de la ULL.

(3) Se mantendrá la nota de la Evaluación Continua en la segunda convocatoria.

### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2], [CE-28]	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-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2], [CE-28]	Diseño, ejecución y defensa de un trabajo práctico relacionado con la asignatura. Este trabajo se realizará en grupo, tanto en clase como fuera de clase. Se requerirá la entrega en grupo y defensa individual (de cualquier parte del trabajo) de los distintos componentes para su evaluación.	40,00 %

Portafolios	[CGS-21], [CGS-19], [CGP-15], [CGP-13], [CGP-9], [CGI-7], [CGI-6], [CGI-4], [CGI-3], [CGI-2], [CE-28]	Tareas y/o test de metodología	10,00 %
-------------	--	--------------------------------	---------

## 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 la estrategia comercial
- 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. Así mismo, las horas de trabajo presencial se reducirán en función de los días festivos establecidos en el calendario académico.

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) Sin Clases Prácticas (GM)	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Exposición del contenido del tema 1	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Exposición del tema 1 y 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Exposición del tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Exposición del tema 2	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75

Semana 6:	Exposición del tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Exposición del tema 3	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Exposición del tema 4	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Actividad formativa	5.75	6.00	11.75
Semana 9:	Exposición del tema 4	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Exposición del tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Exposición del tema 5	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Exposición del tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM)	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Exposición del tema 6	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del Trabajo Final	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Exposición del tema 7	Clases teóricas-prácticas (GG) Clases Prácticas (GM) Trabajo práctico de Evaluación Continua: entrega y defensa del Trabajo Final	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tutorías	Tutorías	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:		Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación. Examen	3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00