



GUÍA DOCENTE

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE
EMPRESAS**

DIRECCIÓN COMERCIAL

I. Identificación de la asignatura

Tipo	OBLIGATORIA
Período de Impartición	3º CURSO, 1 CUATRIMESTRE
Número de Créditos	4,5
Idioma en el que se imparte	ESPAÑOL

II. Presentación de la Asignatura

La asignatura de Dirección Comercial es una asignatura obligatoria de Tercer Curso de cuatro y medio Créditos ECTS. Esta asignatura del área de Comercialización e Investigación de Mercados, con un carácter de profundizar y especializarse en los contenidos y competencias adquiridas en las asignaturas de Introducción al Marketing, y Dirección de Marketing, tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos del Grado en Administración y Dirección de Empresas en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la moderna Dirección Comercial, con una clara orientación al objetivo de resultado que tiene toda Organización.

Al mismo tiempo se capacita al alumno en el análisis de las diferentes estrategias y en la toma de decisiones sobre la gestión del Cliente, por último se profundiza en la gestión de la fuerza de ventas como elementos fundamentales, y responsabilidad directa de los ingresos y resultados de todo el esfuerzo de intercambio, transacción y relación entre Empresa y Mercado.

La asignatura se orienta con una eminente orientación práctica y dirigido a un entorno Global y en Continua Evolución, lo que exige una constante revisión, actualización y cuestionamiento de los conceptos, paradigmas, estrategias, herramientas tradicionales del Marketing y las Ventas, competencia que así se traslada a los alumnos.

III. Presentación de la Asignatura

Competencias Generales

CI01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

CI06. Capacidad de Gestión de la información: analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar dicha información.

CI07. Capacidad para la resolución de problemas.

CI08. Capacidad de tomar decisiones.

CP04. Capacidad de Razonamiento crítico.

CS02. Adaptación a nuevas situaciones.

CS03. Creatividad.

CS06. Motivación por la calidad.

Competencias Específicas

CE02. Marketing

CP06. Visión estratégica de la dirección de empresas

CP10. Habilidad para interpretar el contexto económico nacional e internacional que rodea a la empresa CP15. Capacidad para diseñar e implantar las estrategias de marketing

IV. Contenido**Temario de la asignatura****1.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN COMERCIAL****1.1- La Dirección Comercial Actual**

- Introducción
- Definición e implicaciones
- Funciones básicas
- Legislación Comercial
- Indicadores y KPI comerciales
- Relaciones con otras áreas
- Retos actuales

2.- PLANIFICACIÓN**2.1- Plan Comercial (Ventas)**

- Planificación Comercial
- Información y Gestión del Conocimiento Comercial
- El plan comercial o de Ventas: elaboración y contenido
- Auditoria del área Comercial

3.- LAS VENTAS**3.1- Organización de Ventas**

- Concepto de la Función Ventas
- Sistemas de Venta
- Estructura de las Ventas
- Organización de la estructura de Ventas
- Fijación Objetivos y Previsiones

- Organización territorios y rutas

3.2.-Gestión del Equipo de Ventas

- Vendedor
- Roles básicos
- Descripción Puesto y Selección
- Formación
- Motivación
- Remuneración
- Control
- La Entrevista

4.- GESTIÓN DEL CLIENTE

4.1. Elementos Básicos de la Gestión del Cliente

- Conceptos Introdutorios
- Ciclo de Vida del Cliente (CVC)
- CRM

4.2. Gestión de Clientes en base al Valor

- Conceptos Introdutorios
- Segmentación por Valor
- Gestión Avanzada del Cliente (Customer Intelligence)
- Fidelización y Marketing Individualizado

5.- TENDENCIAS ACTUALES DE DIRECCION COMERCIAL

Se tratarán temas de actualidad que surjan a lo largo del desarrollo del periodo docente, según el criterio de cada profesor

V. Tiempo de Trabajo

Clases Teóricas	70%
Clases Prácticas	20%
Otras Actividades	10%

VI. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Tipo	Descripción
Lecturas	Referidas tanto a la bibliografía básica como a la
Otras	Elaboración y defensa del plan comercial de una empresa y/o un producto o nueva actividad
Prácticas/Resolución de ejercicios	Resolución de ejercicios y casos prácticos individuales y/o en
Otros	Discusiones de casos, lecturas y participación en debates sobre temas de actualidad. Búsqueda y análisis de noticias y artículos relacionados con los contenidos de la asignatura.

a. Ponderación para la Evaluación

VI METODOS DE EVALUACIÓN

- Examen (60%)
- Trabajo final (20%)
- Asistencia y Participación activa (20%)

El alumno que de forma injustificada no cumpla con los requerimientos mínimos de asistencia obtendrá un 20% menos en su nota en la calificación final (este criterio se aplicará tanto en Convocatoria Ordinaria como Extraordinaria).

b. Revisión de las Pruebas de Evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes del IEB.

c. Conducta Académica

Véase Normas de Conducta del IEB.

Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

GARCÍA FERRER, GEMMA; *Investigación Comercial*, ESIC, 2016

ROMAN, S.; KÜSTER, I; *Gestión de la Venta Personal y de Equipos Comerciales*. PARANINFO, 2014

ALCAIDE, J.C.; *Los 100 errores de la Experiencia del Cliente*, ESIC 2015

FERNÁNDEZ-BALAGUER, G.; MOLINA, J.; *El plan de Ventas*. 5º Ed. ESIC. Madrid. 2010

GARCIA BOBADILLA, L.M.; *+Ventas 4ª Ed.* ESIC. Madrid 2011

JAIME, DE, J.; *Finanzas para el Marketing y las Ventas*. ESIC, Madrid, 2013

PALOMARES, R.; *Marketing en el punto de venta*. ESIC, Madrid 2012

PALOMARES, R.; *Merchandising. Auditoría de Marketing en el Punto de Venta*. ESIC, Madrid 2015

RIVERA, JAIME; MOLERO, VÍCTOR; *Formación de Vendedores*. ESIC, Madrid 2012

ARTAL CASTELLS, M.; *Dirección de Ventas*. 10ª Ed. Esic. Madrid. 2012

SORET DE LOS SANTOS, I. ; GIMÉNEZ DÍAZ, E.; *Previsión de Ventas y Fijación de Objetivos*. ESIC, Madrid. 2013

Bibliografía de consulta

El profesor subirá a la plataforma del campus virtual la propuesta bibliográfica complementaria actualizada en base a la evolución del programa y de las novedades editoriales del momento, al ser un área de conocimiento tan

cambiante y exigir una puesta al día permanente.

VII. Profesorado

Nombre y Apellidos	D ^a Mencía de Garcillán López-Rúa
Correo Electrónico	mencia.garcillan@clauastro-ieb.es
Formación académica	Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto de San Sebastián. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de San Sebastián.
Actividad docente	Su labor docente la ha desarrollado desde el año 2003 y la ha compaginado con su actividad profesional. Ha impartido desde entonces las asignaturas de Dirección Comercial, Dirección de Marketing, Distribución Comercial y Gestión Logística tanto es estudios de Grado como de Posgrado.
Publicaciones	Marketing y cosmética, Marketing sectorial, Dirección de marketing
Actividad investigadora	Entre sus publicaciones cuenta con 3 libros y una veintena de artículos. También ha escrito 2 capítulos de marketing sectorial en libros.
Horario de Tutorías	Se anunciarán en clase