

## 30621 - Dirección Comercial I

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 30621 - Dirección Comercial I

**Centro académico:** 109 - Facultad de Economía y Empresa

**Titulación:** 432 - Programa conjunto en Derecho-Administración y Dirección de Empresas

**Créditos:** 6.0

**Curso:** 4

**Periodo de impartición:** Segundo semestre

**Clase de asignatura:** Obligatoria

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal que el estudiante aprenda a realizar una planificación estratégica del marketing, enfatizando la consecución de la satisfacción del cliente y la lealtad a la organización a través de la calidad, el servicio y la entrega de valor.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos 4 y 8. *Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.*

### 2. Resultados de aprendizaje

Cursando y superando la asignatura, el alumnado:

- Es capaz de desarrollar la planificación de una organización, desde una perspectiva estratégica
- Es capaz de identificar, analizar y evaluar la información del entorno comercial de una organización
- Es capaz de identificar el mercado potencial de una empresa
- Es capaz de resolver problemas sobre estimación de la demanda de una empresa
- Es capaz de identificar estrategias comerciales clave para el éxito de las organizaciones

### 3. Programa de la asignatura

TEMA 1: El papel de la dirección de Marketing

TEMA 2: La dirección estratégica de las relaciones con el cliente

TEMA 3: La dirección de marketing y el entorno de negocio

TEMA 4: La planificación estratégica de la dirección de Marketing

TEMA 5: La dirección de marketing y el análisis de la demanda

### 4. Actividades académicas

Clases magistrales: 30 horas

Clases prácticas: 30 horas

Estudio Personal: 87,5 horas

Pruebas Evaluación: 2,5 h. (examen en convocatoria oficial)

6 ECTS = 150 horas

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

### 5. Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará mediante evaluación global en la primera y segunda convocatoria.

### Evaluación Global

Se compone de las siguientes actividades:

- Un **examen escrito** sobre todos los aspectos teóricos y prácticos de la asignatura. (valorado en 7 puntos). Constará de preguntas de desarrollo, resolución de casos prácticos, ejercicios y/o preguntas tipo test.
- **Actividades prácticas:** constará de un trabajo en grupo a desarrollar a lo largo del curso, y pequeños trabajos individuales o en grupo que podrán proponerse en función del tiempo disponible en las clases (valorado en 3 puntos).

Los estudiantes que hayan realizado las 'Actividades Prácticas' podrán optar, tanto en la primera como en la segunda convocatoria, por contestar o no contestar a una serie de preguntas adicionales en el examen escrito (valoradas en 3 puntos). Dichas preguntas pueden ser de desarrollo teórico, de resolución de casos prácticos, y/o ejercicios y/o preguntas tipo test. En caso de contestar a estas preguntas adicionales, prevalecerá la mejor de las calificaciones obtenidas entre las 'Actividades Prácticas' y la serie de preguntas adicionales (valoradas en 3 puntos).

En caso de no haber realizado esas actividades prácticas, el estudiante realizará el mismo examen (valorado en 7 puntos) más esas preguntas adicionales (valoradas en 3 puntos).

Para superar la asignatura será necesario obtener una nota de al menos de **5 puntos**.

## 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4 - Educación de Calidad

8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico