

# Dirección comercial I. ÍNDICE

---

Asignatura	3
Presentación	3
Contenidos	4
Recursos	7
Metodología	9
Evaluación y calificación	10
Orientaciones para el estudio	11

---





## Asignatura

### Dirección comercial I

Denominación de la asignatura	Dirección comercial I
Grado al que pertenece	Administración y dirección de empresas (ADE)
Créditos ECTS	6
Curso y cuatrimestre en el que se imparte	Segundo curso, primer cuatrimestre
Carácter de la Asignatura	Obligatoria

## Presentación

La materia de **Dirección comercial I** es una asignatura de estudio, análisis y comprensión de los fundamentos del marketing en la que se estudia, en primer lugar, qué es el **marketing**, la evolución de su concepto en función del grado de competencia en el mercado, se estudia la relación de intercambio, los tipos de intercambio y los elementos que intervienen en la misma, y se analiza la importancia del marketing de relaciones.

En segundo lugar, analizaremos cuáles son las actividades principales de la **función comercial** desde la óptica de la dirección comercial, poniendo de relieve la importancia de la orientación al mercado y enumerando cuales son los principales problemas comerciales.

Seguidamente se estudia el **análisis del mercado** en todas sus dimensiones y del entorno, tanto del macroentorno como del microentorno viendo cómo afectan a la relación de intercambio. Se profundiza en el **conocimiento de la demanda**, estudiando su utilidad y los principales modelos de previsión de la misma. Se inquirirá en la **segmentación de mercado**, viendo el concepto, los principales criterios de segmentación y los modelos para segmentar el mercado.

Para terminar se estudia el **comportamiento del consumidor**, analizando cada una de las fases del proceso de decisión de compra, y los factores tanto internos como externos que influyen en el comportamiento del consumidor.



**Tema 6. Los instrumentos del marketing mix.**

Promoción/Comunicación

Concepto y proceso de promoción/comunicación

Instrumentos de la promoción: Venta personal

Instrumentos de la promoción: Marketing directo

Instrumentos de la promoción: Publicidad

Instrumentos de la promoción: Relaciones públicas

Instrumentos de la promoción: Promoción de ventas

El mix de promoción

**Tema 7. El mercado**

Concepto de mercado

Límites del mercado

Clasificación del mercado

La estructura del consumo/demanda

Las instituciones comerciales

**Tema 8. El entorno**

El entorno y su influencia en el marketing

El macroentorno

El microentorno

La competencia

La dirección del entorno

**Tema 9. La demanda**

Concepto y niveles de demanda

Tareas del análisis de la demanda

Métodos de previsión de demanda

Dimensiones a considerar en la formulación de los modelos de demanda

Elaboración de los modelos de la demanda

**Tema 10. Segmentación del mercado**

Concepto y dimensiones de la segmentación

Utilidad de la segmentación

Criterios de segmentación

Métodos y técnicas de segmentación

Tipos de estrategias de segmentación



**Tema 11. Comportamiento del consumidor I**

El estudio del comportamiento del consumidor  
Finalidad y beneficios del estudio del comportamiento del consumidor  
Características del comportamiento del consumidor  
Enfoques del comportamiento del consumidor  
Dimensiones a considerar en el comportamiento del consumidor  
El proceso de decisión de compra

**Tema 12. Comportamiento del consumidor II**

Determinantes internos del comportamiento  
Determinantes externos del comportamiento



## Recursos

Los recursos que tienes a tu disposición para esta asignatura son:

### Aula virtual

Es **imprescindible** que para seguir la asignatura accedas al Aula virtual (en Internet). Una vez dentro del sistema, puedes participar en los foros de discusión, asistir a las sesiones de TV Digital, comunicarte con tus profesores, tener acceso a los materiales de estudio de la asignatura...

Recibirás tus **claves personales de acceso** al Aula virtual (Usuario y Contraseña) por correo electrónico. Puedes preguntarnos cualquier duda sobre tus claves en el **correo electrónico:** [soportetecnico@unir.net](mailto:soportetecnico@unir.net) (Soporte técnico).



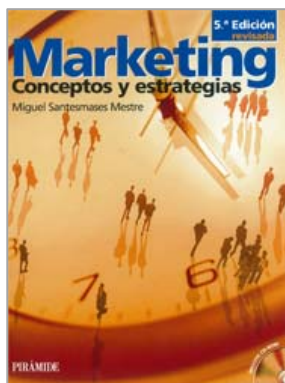
La dirección de acceso al Aula virtual es:

<http://www.unir.net>

### Guía docente

Es la guía que estás consultando en estos momentos. Incluye la información que necesitas para la mejor comprensión de la asignatura: recursos, metodología, evaluación, etc.

**Manual de referencia**



*Marketing. Conceptos y estrategias.*

SANTESMASES MESTRE, Miguel.

Editorial Pirámide.

Madrid. 2008.

ISBN: 978-84-368-2116-1.

## Metodología

Las **actividades formativas** de la asignatura se han elaborado con el objetivo de adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses de los alumnos.

Las actividades formativas de esta asignatura son las siguientes:

**Trabajos** → Se trata de **diversos trabajos** repartidos a lo largo del cuatrimestre. En el Aula virtual encontrarás toda la información sobre cómo desarrollarlos y cómo y cuándo entregarlos.

**Participación en eventos** → Son **eventos** programados todas las semanas del cuatrimestre: sesiones presenciales virtuales, foros de debate, test, etc. También puedes encontrar la información necesaria para participar en los eventos en la programación semanal y en el Aula virtual.

**Comentario de lecturas** → Es un tipo de actividad muy concreto que consiste en el **análisis de textos de artículos** de autores expertos en diferentes temas de la asignatura.

Estas actividades formativas prácticas se **completan**, por supuesto, con estas otras:

- **Estudio personal**
- **Tutorías**
- **Examen final presencial**

En la sección Temas (del Aula virtual) encontrarás, además, otras actividades que **no** tienen puntuación pero que puedes hacer y enviar a tu profesor para afianzar tus conocimientos y comprobar que has comprendido los contenidos del temario.

En el Aula virtual puedes consultar la programación semanal. En ella te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

Puedes **personalizar tu plan de trabajo** seleccionando aquel tipo de actividad formativa que se ajuste mejor a tu perfil. El **profesor-tutor** te ayudará y aconsejará en el proceso de elaboración de tu plan de trabajo. Y siempre estará disponible para orientarte durante el curso.



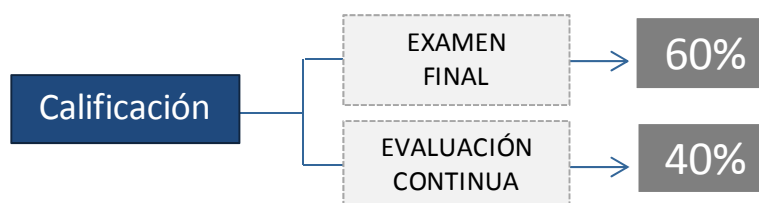
## Evaluación y calificación



El sistema de calificación se basa en la siguiente **escala numérica**:

0 – 4,9	Suspenso	(SS)
5,0 – 6,9	Aprobado	(AP)
7,0 – 8,9	Notable	(NT)
9,0 – 10	Sobresaliente	(SB)

La **calificación** se compone de dos partes principales:



### Ten en cuenta...

Si quieres presentarte sólo al examen final, tendrás que obtener una calificación de 5 puntos sobre 6 para aprobar la asignatura.

El **examen** se realiza al final del cuatrimestre y es de carácter **PRESENCIAL** y **OBLIGATORIO**. Supone el **60%** de la calificación final (**6 puntos** sobre 10) y para que la nota obtenida en este examen se sume a la nota final, es obligatorio **APROBARLO** (es decir, obtener 3 puntos de los 6 totales del examen).

La **evaluación continua** supone el **40%** de la calificación final (es decir, **4 puntos** de los 10 máximos). Este 40% de la nota final se compone de las calificaciones obtenidas en las **diferentes actividades formativas** llevadas a cabo durante el cuatrimestre.

En la **programación semanal** de la asignatura (disponible en el Aula virtual), se detalla la **calificación máxima de cada actividad o evento concreto puntuables**.

Ten en cuenta que la suma de las puntuaciones de las actividades de la evaluación continua es de **6 puntos**. Así, puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un **máximo de 4 puntos** (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

## Orientaciones para el estudio

Obviamente, al tratarse de formación online puedes **organizar tu tiempo de estudio como desees**, siempre y cuando vayas cumpliendo las fechas de entrega de actividades, trabajos y exámenes. Nosotros, para ayudarte, te proponemos los siguientes **pasos**:

**1º** Desde el Campus virtual podrás acceder al Aula virtual de cada asignatura en la que estés matriculado y además al Aula virtual de **Lo que necesitas saber antes de empezar**. Es fundamental que **participes** en las actividades programadas aquí y consultes la **documentación** disponible, así aprenderás cómo estudiar en la UNIR, a utilizar las herramientas del Aula virtual y podrás organizar tu plan de trabajo personal con tu profesor-tutor.

**2º** Cuando finalice esta semana, comienza el trabajo programado de la asignatura. Observa la **programación semanal** (en el Aula virtual). Allí te indicamos qué parte del temario debes trabajar cada semana.

**3º** Ya sabes qué trabajo tienes que hacer durante la semana. Accede ahora a la sección **Temas** del Aula virtual. Allí encontrarás el material teórico y práctico del tema correspondiente a esa semana.

**4º** Comienza con la lectura de las **Ideas clave** del tema. Este resumen te ayudará a hacerte una idea del contenido más importante del tema y de cuáles son los aspectos fundamentales en los que te tendrás que fijar al estudiar el material básico. Lee siempre el primer apartado, **¿Cómo estudiar este tema?**, porque allí te especificamos qué material tienes que estudiar. Consulta, además, las secciones del tema que contienen **material complementario** (Lo + recomendado y + Información).

En el **Aula virtual** de **Lo que necesitas saber antes de empezar** encontrarás siempre disponible la documentación donde te explicamos **cómo se estructuran los temas** y qué podrás encontrar en cada una de sus **secciones**: Ideas clave, Lo + recomendado, + Información, Actividades y Test.

Recuerda que en el **Aula virtual** de **Lo que necesitas saber antes de empezar** puedes consultar el funcionamiento de las distintas herramientas del Aula virtual: Correo, Foro, Sesiones presenciales virtuales, Envío de actividades, etc.

5º

Dedica tiempo al **trabajo práctico (sección Actividades y Test)**. En la programación semanal te detallamos cuáles son las actividades correspondientes a cada semana y qué **calificación máxima** puedes obtener con cada una de ellas.

6º

Te recomendamos que **participes en los eventos** del curso (sesiones presenciales virtuales, foros de debate...). Para conocer la fecha concreta de celebración de los eventos debes consultar las **herramientas de comunicación** del Aula virtual. Tu profesor y tu profesor-tutor te informarán de las novedades de la asignatura.



### Ten en cuenta estos consejos...

- ✓ Sea cual sea tu plan de estudio, **accede periódicamente al Aula Virtual**, ya que de esta forma estarás al día de las novedades del curso y en contacto con tu profesor y con tu profesor tutor.
- ✓ Recuerda que **no estás solo**: consulta todas tus dudas con el profesor o con tu profesor tutor utilizando el correo electrónico. Si asistes a las sesiones presenciales virtuales también podrás preguntar dudas a tu profesor sobre el contenido del tema.
- ✓ **¡Participa!** Siempre que te sea posible accede a los foros de debate y asiste a las sesiones presenciales virtuales. El intercambio de opiniones, materiales e ideas nos enriquece a todos.
- ✓ Y ¡recuerda!, estás estudiando con metodología on line: tu esfuerzo y constancia son imprescindibles para conseguir buenos resultados. **¡No dejes todo para el último día!**