

Introducción a la Gestión Comercial	
Denominación de la materia	Dirección comercial y distribución
Carácter:	Formación obligatoria
Número de créditos ECTS:	6 ECTS
Unidad temporal:	3 asignaturas cuatrimestrales obligatorias
Lengua	Castellano

Asignaturas	ECTS	Cuatrimestre	Carácter	Lengua
Introducción a la gestión comercial	6	4	Obligatorio	Castellano
Planificación, control y gestión comercial internacional	6	5	Obligatorio	Castellano
Desarrollo y dinamización de equipos y comerciales	6	6	Obligatorio	Castellano

COMPETENCIAS		
Básicas y Generales	Transversales	Específicas
CB2 CG2,6,11,16	T1,2	CE16
CB2, CB4 CG1,2,6,7,9,20	T1,2,3	CE19
CB2, CB4 CG2,6,9,13,17	T1,2,4	CE20

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS MATERIA	PRESENCIALIDAD
Sesiones Presenciales Virtuales	60	0
Tutorías	55	0
Pruebas de seguimiento y Evaluación final	25	25%
Casos Prácticos. Trabajos individuales y	100	0
Foros y debates (trabajo colaborativo)	50	0
Lectura de material complementario	50	0
Estudio Personal de material básico	200	0
TOTAL	540	0

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios	0	15
Realización de trabajos, proyectos y casos	0	20

Lecturas Complementarias	0	5
Prueba de evaluación final presencial	0	60

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

CONTENIDOS

La materia que nos ocupa está compuesta por estas tres asignaturas:

Introducción a la dirección comercial

La organización de las estructuras comerciales de la empresa. Los modelos de referencia comercial. Evolución y desarrollo. La implantación de una red comercial en la empresa. Agentes libres y vendedores propios. Distribuidores y mayoristas. Organización, selección y coordinación de la red comercial.

Planificación, control y gestión comercial

El plan comercial. El plan comercial multinacional. Estructura y desarrollo. Claves. Las herramientas de control y rentabilidad de los equipos comerciales. Motivación de los equipos. Rendimiento y eficacia. El cuadro de control por territorios multinacionales. Mercados multinacionales y rendimientos. Reuniones virtuales y convenciones. Reuniones y grupo de trabajo multinacional. Cuadro de mando comercial Internacional.

Desarrollo y dinamización de equipos y comerciales

El plan comercial. El plan comercial multinacional. Estructura y desarrollo. Claves. Las herramientas de control y rentabilidad de los equipos comerciales. Motivación de los equipos. Rendimiento y eficacia. El cuadro de control por territorios multinacionales. Mercados multinacionales y rendimientos. Reuniones virtuales y convenciones. Reuniones y grupo de trabajo multinacional. Cuadro de mando comercial Internacional.