
	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1.2A-PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

Materia 2.6 Dirección Comercial y Distribución	
<b>Créditos ECTS</b>	18
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Unidad temporal:</b>	3 asignaturas  1 asignatura obligatoria en el cuarto cuatrimestre.  1 asignatura obligatoria en el quinto cuatrimestre.  1 asignatura obligatoria en el sexto cuatrimestre.
<b>Lengua</b>	Castellano

ASIGNATURAS				
Denominación	ECTS	Curso	Cuatrimestre	Carácter
Introducción a la Gestión Comercial	6	2	2	Obligatoria
Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional	6	3	1	Obligatoria
Desarrollo y Dinamización de Equipos y Comerciales Internacionales	6	3	2	Obligatoria

RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<p>Ser capaz de planificar y organizar con eficacia un equipo de comerciales, así como el modelaje de las estructuras y canales ajenos.</p> <p>Ser capaz de elaborar profesionalmente un plan comercial que incluya los aspectos clave de mercados, productos y canales de un mercado concreto.</p> <p>Ser capaz de motivar y gestionar a un equipo de profesionales con rigor sobre la base de un plan comercial, los indicadores de gestión y el perfil de mercado adecuado.</p>

	<b>IMPRESOS</b> Grupo de procesos: Operativos Proceso/s: PI-1.1  <b>ImpresoDI-1.1.2A-PLANTILLA MEMORIA GRADO</b>	Revisado: Director de Calidad  25/09/2013	Aprobado: Dirección  01/10/2013

<b>CONTENIDOS</b>
<p>La materia que nos ocupa está compuesta por estas tres asignaturas:</p> <p><b>Introducción a la Dirección Comercial</b></p> <p>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.</p> <p><b>Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional</b></p> <p>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.</p> <p><b>Desarrollo y Dinamización de Equipos y Comerciales Internacionales</b></p> <p>El perfil de los equipos comerciales. Sectores y mercados. Las claves de motivación de los equipos comerciales. Planes de carrera, incentivos y sistemas de retribución del área comercial de la empresa. Equipos multiculturales. La organización de departamentos comerciales en varias sedes multinacionales.</p>

<b>COMPETENCIAS DE LA MATERIA</b>			
<b>Básicas</b>	<b>Generales</b>	<b>Transversales</b>	<b>Específicas</b>
<b>CB2, CB4</b>	<b>CG1, CG2, CG6, CG7,</b>	<b>CT1-CT4</b>	<b>CE16, CE19, CE20</b>

<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>	<b>HORAS</b>	<b>% PRESENCIAL</b>
Sesiones Presenciales Virtuales	60	0
Tutorías	55	0
Pruebas de seguimiento y Evaluación final	25	25
Casos Prácticos. Trabajos individuales y grupales	100	0

Foros y debates (trabajo colaborativo)	50	0
Lectura de material complementario	50	0
Estudio Personal de material básico	200	0
Total	540	

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación en foros y otros medios	15	15
Realización de trabajos, proyectos y casos.	20	20
Lecturas complementarias	5	5
Prueba de evaluación final presencial	60	60