



## Información de la asignatura

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección de Operaciones

**Facultad:** Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales

**Código:** 1670003 **Nombre:** Dirección Comercial y Marketing

**Créditos:** 3,00 **ECTS** **Curso:** 1 **Semestre:** 2

**Módulo:** GESTIÓN DE EMPRESAS

**Materia:** GESTIÓN DE EMPRESAS **Carácter:** Obligatoria

**Departamento:**

**Tipo de enseñanza:** Presencial

**Lengua/-s en las que se imparte:** Castellano

**Profesorado:**



## Organización del módulo

### GESTIÓN DE EMPRESAS

Materia	ECTS	Asignatura	ECTS	Curso/semestre
GESTIÓN DE EMPRESAS	15,00	Desarrollo Personal y Capital Humano	3,00	1/2
		Dirección Comercial y Marketing	3,00	1/2
		Dirección Financiera y Control de Gestión	6,00	1/2
		Estrategia y Organización	3,00	1/2

## Conocimientos recomendados

NO

## Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante deberá demostrar haber adquirido los siguientes resultados de aprendizaje:

- R1 Proponer, analizar, validar, interpretar y seleccionar la estrategia de gestión más adecuada para el entorno donde opera la empresa.
- R2 Establecer un plan de marketing que contemple la coyuntura del mercado seleccionado.
- R3 Implementar mecanismos de control y gestión económico-financieros que monitoricen las decisiones adoptadas en el conjunto de la empresa.
- R4 Trabajar en equipo y desarrollar habilidades para la integración y liderazgo de grupos de alto rendimiento.



## Competencias

En función de los resultados de aprendizaje de la asignatura las competencias a las que contribuye son: (valora de 1 a 4 siendo 4 la puntuación más alta)

BÁSICAS		Ponderación			
		1	2	3	4
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.		X		
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios.		X		

GENERALES		Ponderación			
		1	2	3	4
CG1	Capacidad de resolución de problemas relacionados con las gestión y administración de una empresa, entendiendo su ubicación competitiva e institucional y ser capaz de elaborar la estrategia corporativa y de negocios.		X		
CG2	Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimiento procedente de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas dedicadas a actividades industriales.				X
CG3	Ser capaz de liderar la transformación de una empresa industrial local en una organización de base global, adaptándose a nuevas situaciones.				X
CG5	Ser capaz de integrar y encontrar el ajuste necesario entre la estrategia definida para una organización, con los sistemas de gestión de la información y el conocimiento de mercados globales, los mecanismos de comercialización en entornos multiculturales, y las políticas de recursos humanos en empresas de base global.		X		



ESPECÍFICAS	Ponderación			
	1	2	3	4
CE1 Capacidad de análisis y diagnóstico de modelos organizativos y de negocio complejos, y de los procesos empresariales que los conforman.				X
CE2 Ser capaz de desarrollar habilidades para el liderazgo, motivación y dirección de equipos trabajo en entornos competitivos.		X		
CE3 Ser capaz de analizar y diagnosticar la relación de una organización con sus mercados, actuales y potenciales, en particular en contextos industriales complejos, así como de diseñar la política de marketing estratégico que optimice la relación de la organización con su entorno.			X	
CE4 Ser capaz de analizar la situación económico financiera de una empresa al objeto de facilitar la toma de decisiones empresariales, la correcta planificación financiera tanto a corto como a largo plazo y el empleo de los principales sistemas de control de la gestión presentes en el mercado, así como de entender sus características y problemática de implantación, al objeto de poder decidir cuáles de estos sistemas son más adecuados para cada situación.				X



## Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

### Modalidad presencial

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4	10,00%	ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN EN SESIONES PRESENCIALES
	15,00%	REALIZACIÓN DE PRUEBAS OBJETIVAS
	25,00%	REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES TEÓRICO-PRÁCTICAS
R1, R2, R3, R4	50,00%	EVALUACIÓN FINAL PRESENCIAL

### Observaciones

### Modalidad a distancia

Resultados de aprendizaje evaluados	Porcentaje otorgado	Instrumento de evaluación
R1, R2, R3, R4	45,00%	EVALUACIÓN FINAL PRESENCIAL

### Observaciones

#### CRITERIOS PARA LA CONCESIÓN DE MATRÍCULA DE HONOR:

Según el artículo 22 de la Normativa Reguladora de la Evaluación y Calificación de las Asignaturas de la UCV, la mención de "Matrícula de Honor" podrá ser otorgada por el profesor responsable de la asignatura a estudiantes que hayan obtenido la calificación de "Sobresaliente". El número de menciones de "Matrícula de Honor" que se pueden otorgar no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos incluidos en la misma acta oficial, salvo que éste sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola "Matrícula de Honor".



## Actividades formativas

Las metodologías que emplearemos para que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura serán:

- M1 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.
- M2 Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M3 Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.
- M4 Aplicación de conocimientos interdisciplinares.
- M5 Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M6 Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
- M7 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
- M8 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
- M9 Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.
- M10 Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos económico-empresariales, tanto verídicos como ficticios, para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
- M11 Sesiones monográficas a lo largo del curso, orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia.



- M12 Conjunto de pruebas, escritas u orales, empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
- M13 Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su discusión o entrega en formato electrónico.
- M14 Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
- M15 Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc. para su discusión o entrega.
- M16 Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.
- M17 Resolución de problemas, comentarios, memorias para entregar en plazos a lo largo del curso.



## MODALIDAD PRESENCIAL

### ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
CLASE PRESENCIAL M1, M2, M5, M9, M10, M11, M14, M15, M16, M17	R1, R2, R3, R4	25,00	1,00
CLASES PRÁCTICAS M2, M6, M7, M12	R1, R2, R3, R4	5,00	0,20
SEMINARIO M3	R1	1,00	0,04
EXPOSICIÓN TRABAJOS GRUPO M4	R4	5,00	0,20
TUTORÍA M5	R1, R2, R3, R4	2,00	0,08
EVALUACIÓN M6, M12, M13	R1, R2, R3, R4	2,00	0,08
<b>TOTAL</b>		<b>40,00</b>	<b>1,60</b>

### ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
TRABAJO EN GRUPO M7, M15	R1, R2, R3, R4	25,00	1,00
TRABAJO INDIVIDUAL M8	R1, R2, R3, R4	10,00	0,40
<b>TOTAL</b>		<b>35,00</b>	<b>1,40</b>

## MODALIDAD A DISTANCIA

### ACTIVIDADES FORMATIVAS SÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
EVALUACIÓN PRESENCIAL M6, M12	R1, R2, R3, R4	1,00	0,04
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>	<b>0,04</b>



## ACTIVIDADES FORMATIVAS ASÍNCRONAS

	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	ECTS
ACTIVIDADES DE TRABAJO INDIVIDUAL M8	R1, R2, R3, R4	5,00	0,20
TUTORIAS INDIVIDUALES M14	R1, R2, R3, R4	5,00	0,20
TRABAJO EN GRUPO M7, M15	R1, R2, R3, R4	3,00	0,12
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA M7	R1, R2, R3, R4	1,00	0,04
<b>TOTAL</b>		<b>14,00</b>	<b>0,56</b>

## Descripción de los contenidos

Descripción de contenidos necesarios para la adquisición de los resultados de aprendizaje.

### Contenidos teóricos:

Bloque de contenido	Contenidos
Introducción y Marketing Estratégico	Principales conceptos del marketing
Plan de Marketing	El marketing estratégico y su materialización en el plan de marketing.
Marketing Operativo	Descripción de las variables operativas del marketing
Marketing Digital	Principales herramientas del marketing digital



## Organización temporal del aprendizaje:

Bloque de contenido	Nº Sesiones	Horas
Introducción y Marketing Estratégico	5,00	10,00
Plan de Marketing	5,00	10,00
Marketing Operativo	5,00	10,00
Marketing Digital	5,00	10,00

## Referencias

Dossier de materiales de la asignatura (Plataforma UCV)

KERIN, R.A. y HARTLEY, S.W. (2018). Marketing. 13 Edición. McGraw Hill. Méjico.

KOTLER, P y KELLER, K. (2012) Dirección de Marketing 14ª Edición Prentice Hall. Hertforshire.

SANTEMASES MESTRE, M. (2012) Marketing: conceptos y estrategias. Pirámide. Madrid.



## Adenda a la Guía Docente de la asignatura

Dada la excepcional situación provocada por la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 y teniendo en cuenta las medidas de seguridad relativas al desarrollo de la actividad educativa en el ámbito docente universitario vigentes, se procede a presentar las modificaciones oportunas en la guía docente para garantizar que los alumnos alcancen los resultados de aprendizaje de la asignatura.

**Situación 1: Docencia sin limitación de aforo** (cuando el número de estudiantes matriculados es inferior al aforo permitido del aula, según las medidas de seguridad establecidas).

En este caso no se establece ningún cambio en la guía docente.

**Situación 2: Docencia con limitación de aforo** (cuando el número de estudiantes matriculados es superior al aforo permitido del aula, según las medidas de seguridad establecidas).

En este caso se establecen las siguientes modificaciones:

### 1. Actividades formativas de trabajo presencial:

Todas las actividades previstas a realizar en un aula en este apartado de la guía docente, se realizarán a través de la simultaneidad de docencia presencial en el aula y docencia virtual síncrona. Los estudiantes podrán atender las clases personalmente o a través de las herramientas telemáticas facilitadas por la universidad (videoconferencia). En todo caso, los estudiantes que reciben la enseñanza presencialmente y aquellos que la reciben por videoconferencia deberán rotarse periódicamente.

En el caso concreto de esta asignatura, estas videoconferencias se realizarán a través de:

Microsoft Teams

Kaltura



## Situación 3: Confinamiento por un nuevo estado de alarma.

En este caso se establecen las siguientes modificaciones:

### 1. Actividades formativas de trabajo presencial:

Todas las actividades previstas a realizar en un aula en este apartado de la guía docente, así como las tutorías personalizadas y grupales, se realizarán a través de las herramientas telemáticas facilitadas por la universidad (videoconferencia). En el caso concreto de esta asignatura, a través de:

Microsoft Teams

Kaltura

Aclaraciones sobre las sesiones prácticas:



## 2. Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones

### MODALIDAD PRESENCIAL

#### En cuanto a los sistemas de evaluación:

- No se van a realizar modificaciones en los instrumentos de evaluación. En el caso de no poder realizar las pruebas de evaluación de forma presencial, se harán vía telemática a través del campus UCVnet.
- Se van a realizar las siguientes modificaciones para adaptar la evaluación de la asignatura a la docencia no presencial

Según la guía docente		Adaptación	
Instrumento de evaluación	% otorgado	Descripción de cambios propuestos	Plataforma que se empleará

El resto de instrumentos de evaluación no se modificarán respecto a lo que figura en la guía docente.

#### Observaciones al sistema de evaluación: