

GUÍA DOCENTE

DIRECCION COMERCIAL EN ENTORNOS DIGITALES

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

CURSO 2024-25

Fecha de publicación: 01-07-2024



 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 24/04/2025 22:43 | Hash: 0e58ef2b4a8937649693d30920a5b5bc.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>La asignatura de Dirección Comercial en Entornos Digitales es una asignatura obligatoria de Tercer Curso del Grado con seis Créditos ECTS. Esta asignatura del área de Comercialización e Investigación de Mercados, con objetivo de profundizar y especializarse en los contenidos y competencias adquiridas en las asignaturas de Introducción al Marketing, y Dirección de Marketing, tiene como principal objetivo adiestrar a los alumnos de GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL (DGEAD) en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de la moderna Dirección Comercial, con una clara orientación al objetivo de resultado que tiene toda Organización. Al mismo tiempo se capacita al alumno en el análisis de las diferentes estrategias y en la toma de decisiones sobre la gestión del Cliente, por último se profundiza en la gestión de la fuerza de ventas como elementos fundamentales, y responsabilidad directa de los ingresos y resultados de todo el esfuerzo de intercambio, transacción y relación entre Empresa y Mercado. La asignatura se orienta con una eminente orientación práctica y dirigido a un entorno global, digitalizado y en continua evolución, lo que exige una constante revisión, actualización y cuestionamiento de los conceptos, paradigmas, estrategias, herramientas, ..., tradicionales del Marketing y las Ventas, competencia que así se traslada a los alumnos, todo ello teniendo presente las innovaciones y los entornos y ámbitos digitales en los que operan las actuales empresas y mercados.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

CG1. Capacidad de análisis, síntesis y extrapolación enfocado a la toma de decisiones: Capacidad para analizar, sintetizar, valorar y extrapolar datos a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa enfocado a la toma de decisiones.

CG2. Capacidad de enfoque estratégico en los objetivos y decisiones empresariales.

CG4. Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.

CG5. Gestión de la Información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales

CG6. Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de la organización

CG7. Trabajo en equipos multidisciplinares, globalizados y en red: Capacidad para trabajar y colaborar en equipos conectados, multidisciplinares y en contextos multiculturales.

CG10. Liderazgo en red: Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales.

CE3. Capacidad para manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.

CE4. Capacidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos en situaciones reales del ámbito empresarial.

CE12. Capacidad para analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales

CE16. Gestionar y Administrar la función comercial de una empresa u organización: entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

CE23. Orientación al cliente: Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

BLOQUE TEMÁTICO, TEMAS Y APARTADOS

1.- INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN COMERCIAL EN ENTORNOS DIGITALES

- La Dirección Comercial Actual
- La innovación y la revolución Digital en el sector de las ventas
- Definición e implicaciones del sector digital
- Funciones básicas de dirección comercial en entornos digitales
- Legislación Comercial en el ecosistema digital
- Indicadores y KPI comerciales en entornos digitales
- Relaciones con otras áreas, Reportes y TICs
- Retos actuales y tendencia del sector digital

2.- PLANIFICACIÓN - Plan Comercial Digital (Ventas)

- Planificación Comercial en Entornos Digitales
- Información y Gestión del Conocimiento Comercial Online
- El plan comercial o de Ventas en entornos digitales: elaboración y contenido
- Auditoria del área de Comercial en Entornos Digitales

3.- LAS VENTAS - Organización de Ventas Digitales

- Concepto de la Función Ventas Digital
- Sistemas de Venta en Entornos Digitales
- Estructura de las Ventas en Entornos Digitales
- Fijación Objetivos y Previsiones online
- Gestión del Equipo de Ventas en Entornos Digitales: Vendedor y Roles básicos
- Descripción Puesto y Selección
- Formación y Motivación
- Remuneración y Control
- La Entrevista de Ventas en Entornos Digitales

4.- GESTIÓN DEL CLIENTE DIGITAL

- Elementos Básicos de la Gestión del Cliente Digital
- Conceptos Introdutorios
- Ciclo de Vida del Cliente Digital (CVCD)
- CRM y gestión comercial
- Gestión de Clientes en base al Valor
- Segmentación por Valor en Entornos Digitales
- Gestión Avanzada del Cliente en Entornos Digitales (Customer Intelligence)
- Fidelización y Marketing Individualizado en Entornos Digitales

5.- TENDENCIAS ACTUALES DE LA DIRECCION COMERCIAL DIGITAL

- Nuevos enfoques relativos a la función de Ventas en Entornos Digitales
- Segmentación de Fuerza de Ventas (SFV) en Entornos Digitales
- Optimización de la Fuerza de Ventas en Internet
- Trade-Marketing

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	ANALIZAR CASOS REALES EN CAMPO
Lecturas	BIBLIOGRAFÍA Y PRENSA ECONÓMICA ACTUAL





Prácticas / Resolución de ejercicios	PREPARACIÓN Y DEFENSA DE UN PLAN COMERCIAL REAL
Otras	DEBATES SOBRE TEMAS ACTUALIDAD COMERCIAL



V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	18
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	39
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	3
Tutorías académicas	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Preparación de clases teóricas	18
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	44
Preparación de pruebas	10
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Introducción al tema.Objetivos específicos.Esquemas del contenido.Lectura de comprensión y asimilación del tema, Resumen conceptos básicos.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Ejemplos y aplicaciones actuales reales, actividades, casos prácticos y debates temas actualidad del área comercial.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Elaboración por grupos de un plan Comercials (Ventas) y exposición y defensa en el aula.
Lecturas	Semana 1 a Semana 1	Lecturas de temas actuales y bibliografía propuesta.
Seminarios	Semana 7 a Semana 7	Jornada con un profesional de la Venta Digital.
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 15	El profesor evaluará las actividades que mejor se adapten a las necesidades concretas de aprendizaje del grupo concreto, buscando la máxima eficacia en el proceso de aprendizaje para lo que dispondrán de la flexibilidad requerida en la formulación del método y actividades

 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 24/04/2025 22:43 | Hash: 0e58ef2b4a8937649693d30920a5b5bc.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación



PRUEBAS PRÁCTICAS: 50% (*) mínimo 5 sobre 10

Realización y defensa de trabajos individuales y/o en grupo

- Resolución y análisis de casos reales
- Debates y comentarios de lecturas actuales
- Pruebas escritas de refuerzo y asimilación de conceptos
- Otras que establezca cada profesor en base a su criterio y las características de cada grupo

Reevaluable en la convocatoria extraordinaria. La reevaluación de esta parte de la asignatura se realizará en base al criterio marcado por cada profesor.

EXAMEN: 50% mínimo 5 sobre 10

CONTENIDO: la totalidad del programa

Examen presencial escrito u oral cualquiera de las opciones o una mezcla de ellas:

Preguntas tipo test en la exposición de las unidades temáticas

Preguntas cortas en la exposición de las unidades temáticas

Preguntas de desarrollo u otro tipo de preguntas que establezca cada profesor en base a su criterio y las características de cada grupo

Reevaluable en la convocatoria extraordinaria. La reevaluación de esta parte de la asignatura se realizará en base al criterio marcado por cada profesor.

***NOTAS:** Durante todo el cuatrimestre, la reevaluación, en su caso, tendrá lugar según formato y calendario URJC y su contenido es la totalidad del programa.

(1) El profesor seleccionará las pruebas prácticas a realizar, en base a su criterio y a las características de cada grupo, tanto a lo largo del cuatrimestre como en la reevaluación de junio. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la asignatura.

(2) El profesor seleccionará el tipo de preguntas a incluir en el examen presencial escrito u oral, en base a su criterio y a las características de cada grupo, tanto en el examen de final de cuatrimestre, como en el desarrollo del curso semanalmente, como en la reevaluación de Junio. La prueba presencial, escrita u oral, tiene un carácter obligatorio y reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitirá evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la asignatura.

Importante: En el caso de que la media ponderada de las calificaciones de un alumno supere el 5, pero SUSPENDA la asignatura por no obtener al menos un 5 sobre 10 en ambas evaluaciones, en el acta figurará la calificación de la parte evaluada (Prácticas o Examen) que no ha superado el 5.

En la reevaluación de junio (convocatoria extraordinaria). A los alumnos que superen las prácticas durante el curso, pero no superen la prueba escrita u oral de conocimientos en la convocatoria ordinaria de diciembre, se les guardarán las calificaciones de dichas prácticas hasta la prueba escrita de conocimientos de la reevaluación de junio (convocatoria extraordinaria)

A los alumnos que no superen las prácticas durante el curso, se les podrá reevaluar en junio (convocatoria extraordinaria), mediante la realización de las actividades que establezca cada profesor. En este caso, y suponiendo que hubieran superado la prueba escrita u oral de conocimientos en la convocatoria ordinaria diciembre, se les guardará la nota obtenida en dicha prueba hasta que se realice la reevaluación en junio de las citadas prácticas.

En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que la reevaluación de junio (convocatoria extraordinaria) solamente podrá realizarse de aquellas pruebas (prácticas y/o escrita de conocimientos) que en la primera convocatoria se hayan suspendido, por lo que en ningún caso se podrá solicitar dicha reevaluación con el objetivo de subir calificaciones de pruebas que en la primera convocatoria hayan sido superiores a 5.

Convocatoria Adelantada (septiembre).

Los alumnos que deseen presentarse en la convocatoria de evaluación adelantada tendrán que cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC. Para el caso concreto de esta asignatura, se les aplicará como método de evaluación un único examen que engloba toda el temario de la asignatura.

VII.B.- Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase



La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el estudiante deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El estudiante deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos (<https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf>) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

ARTAL CASTELLS, M.; Dirección de Ventas. 10ª Ed. Esic. Madrid. 2012

El profesor subirá a la plataforma del campus virtual la propuesta bibliográfica complementaria actualizada en base a la evolución del programay de las novedades editoriales del momento, al ser un área de conocimiento tan cambiante y exigir una puesta al día permanente

LIBREROS, E.; *El Libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital*. ESIC, Madrid 2013

MARTÍNEZ PASTOR, E.; NICOLÁS OJEDA, M.A.; *Publicidad Digital*. ESIC, Madrid 2016

PERLADO, M.; TOLEDANO, F.; *El Creativo Publicitario en la Era Digital*. Sintesis Ed. Madrid 2017

ROMAN, S.; KÜSTER, I; Gestión de la Venta Personal y de Equipos Comerciales. PARANINFO, 2014

SORET DE LOS SANTOS, I. ; GIMÉNEZ DÍAZ, E.; Previsión de Ventas y Fijación de Objetivos. ESIC, Madrid. 2013

GARCÍA FERRER, GEMMA; Casos de Investigación Comercial, una práctica Empresarial ESIC, 2017

FERNÁNDEZ-BALAGUER, G.; MOLINA, J.; El plan de Ventas. 5º Ed. ESIC. Madrid. 2010

GARCIA BOBADILLA, L.M.; +Ventas 4ª Ed. ESIC. Madrid 2011

Bibliografía complementaria

TURLETTI, P.; El ROI de Marketing y Ventas, ESIC, 2018

FACTA, BERBARDO R.; *Comunicación que Funciona* Ed. ESIC. Madrid. 2019

ROMERO, J.; ROMERO, E.; ROMERO, M.; *Vender en las Plataformas Digitales*. ESIC, Madrid, 2018.

AMOR BRAVO, ELÍAS M.; El Marketing y la Cuarta Revolución Industrial, Esic, Madrid 2019.

CIBRIÁN, INÉS; *Marketing Digital*. ESIC, 2018 Madrid.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	MARIA GARCIA DE BLANES SEBASTIAN
Correo electrónico	maria.garciadeblanes@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico



Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1