

## PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2019/2020

| Identificación y características de la asignatura  |   |                  |            |
|--|---|------------------|------------|
| Código   |   | Créditos ECTS    | 6          |
| Denominación (español)   | Habilidades Directivas de Marketing             |                  |            |
| Denominación (inglés)  | Marketing Management Skills                     |                  |            |
| Titulaciones   | Grado en Administración y Dirección de Empresas |                  |            |
| Centro   | Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales |                  |            |
| Semestre   | 7   | Carácter         | Optativa   |
| Módulo   | Optativo  |                  |            |
| Materia  | Marketing                                       |                  |            |
| Profesor/es  |   |                  |            |
| Nombre   | Despacho  | Correo-e         | Página web |
| Antonio Chamorro Mera  | 48  | chamorro@unex.es |            |
| Montserrat Díaz Méndez   | 64  | mdmendez@unex.es |            |
| Área de conocimiento   | Comercialización e Investigación de Mercados    |                  |            |
| Departamento   | Dirección de Empresas y Sociología              |                  |            |
| Profesor coordinador (si hay más de uno)   | Antonio Chamorro Mera                           |                  |            |
| Competencias <sup>1*</sup>   |   |                  |            |
| <p><b>Competencias generales y básicas</b></p> <p>CG3 - Capacidad para aplicar al análisis de los problemas empresariales criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.</p> <p>CG4 - Capacidad para el diseño, gestión y redacción de proyectos de carácter empresarial y para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la empresa.</p> <p>CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio</p> <p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía</p> |   |                  |            |
| <p><b>Competencias transversales</b></p> <p>CT2 - Capacidad de organización y planificación</p> <p>CT3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa</p>   |   |                  |            |

<sup>1\*</sup>Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

CT5 - Conocimientos de informática y dominio de las TIC relativos al ámbito de estudio  
 CT6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas  
 CT7 - Capacidad para la resolución de problemas  
 CT1 - Capacidad de gestión, análisis y síntesis  
 CT8 - Capacidad de tomar decisiones  
 CT9 - Capacidad para trabajar en equipo  
 CT10 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar  
 CT12 - Habilidad en las relaciones personales  
 CT13 - Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales  
 CT14 - Capacidad crítica y autocrítica  
 CT18 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones  
 CT19 - Creatividad  
 CT20 - Liderazgo  
 CT21 - Iniciativa y espíritu emprendedor  
 CT22 - Motivación y compromiso por la calidad

**Competencias específicas:**

CM8: Capacidad para desarrollar las habilidades propias del director de marketing y comercial.

CM9: Capacidad para realizar presentaciones eficaces, tanto orales como escritas.

**Contenidos**

Breve descripción del contenido\*

Funciones del directivo de marketing y habilidades claves. Estilos de liderazgo, motivación y creatividad en marketing. Visión estratégica y orientación al mercado. Técnicas de negociación y gestión de conflictos en marketing. La comunicación interpersonal. Técnicas y herramientas para la elaboración de presentaciones e informes comerciales.

Temario de la asignatura

**Tema 1: Las habilidades claves en el ámbito del marketing**

1. Competencias: del conocimiento a las habilidades
2. ¿Qué trabajos voy a realizar? Las funciones del directivo de marketing
3. ¿Qué es un líder? Habilidades para convertirnos en líderes, aunque no hayamos nacido así
4. Transformar las habilidades en hábitos. Los hábitos del directivo eficaz

Actividades prácticas: dinámica de grupo

**BLOQUE I: HABILIDADES BÁSICAS**

**Tema 2: Habilidades personales**

1. Somos emociones: la inteligencia intrapersonal o como dominar el lado derecho del cerebro
2. ¿Me conozco y me conocen? El autoconocimiento y el análisis de nuestra imagen social
3. ¡Me quiero! La autoestima
4. He dejado de esperar a mi futuro...ahora lo estoy construyendo
5. ¡A por mi objetivo! Persiguiendo mi plan de vida y de carrera
6. Nada es gratis en esta vida o la ley del sacrificio
7. Necesito más tiempo...o no: la gestión del tiempo y el control del estrés

Actividades prácticas: cuestionarios de autoevaluación, dinámica de grupo

**Tema 3: Habilidades interpersonales**

1. Yo siento, tú sientes, él siente: la empatía
2. ¿Escuchamos? La escucha activa
3. Saber hablar...con varios lenguajes a la vez
4. No me he atrevido a decirte lo que pienso. La asertividad

Actividades prácticas: actividades de teatralización

**BLOQUE II: HABILIDADES DIRECTIVAS**

**Tema 4: Habilidades de toma de decisión estratégicas**

1. Me adelanto al futuro: la actitud y la visión estratégica
2. El cliente es mi guía: la orientación al cliente
3. ¿Y por qué no lo hacemos de otra forma? La creatividad para innovar
4. De los datos a la información relevante: la capacidad analítica

Actividades prácticas: aplicación de técnicas y juegos de creatividad

**Tema 5: Habilidades de gestión de personas**

1. Por mí y mis compañeros. Del grupo al equipo de trabajo
2. ¡Este trabajo lo haces tú! La delegación
3. Consigue que hagan lo que tienen que hacer. El liderazgo motivacional
4. Tú quieres, yo quiero; negociemos
5. Tú lo quieres, yo lo quiero: gestionemos el conflicto

Actividades prácticas: juego de rol y debate público

**Tema 6: Habilidades de comunicación interpersonal**

1. Cómo preparar presentaciones públicas eficaces: la parte oral
2. Cómo preparar presentaciones públicas eficaces: el apoyo de materiales visuales

Actividades prácticas: elaboración y presentación de un elevator pitch, diseño de una presentación en powerpoint

**Tema 7: Habilidades de comunicación escrita**

1. Importancia de la comunicación escrita: "el papel lo aguanta todo"...y lo aguanta para siempre.
2. El texto expositivo-argumentativo: convencer para vencer.
3. La producción de textos: cómo combatir el "síndrome de la mente en blanco"
4. Tipos de textos:
  - 4.1. Texto epistolar: estructura, estilo y lenguaje.
    - a) Carta comercial
    - b) Carta circular
    - c) Carta de bienvenida
    - d) Carta de amonestación
  - 4.2. Convocatoria y acta de reunión.
  - 4.3. El memorándum y la nota interior.
  - 4.4. La comunicación escrita en Internet.

Actividades prácticas: elaboración de prácticas escritas sobre el uso del español y algunos de los tipos de texto estudiados.

### Actividades formativas\*

| Horas de trabajo del alumno por tema |       | Horas teóricas | Actividades prácticas |     |     |     | Actividad de seguimiento | No presencial |
|--------------------------------------|-------|----------------|-----------------------|-----|-----|-----|--------------------------|---------------|
| Tema                                 | Total |                | GG                    | PCH | LAB | ORD |                          |               |
| 1                                    | 10    | 4              |                       |     |     |     |                          | 6             |
| 2                                    | 10    | 4              |                       |     |     |     |                          | 6             |
| 3                                    | 21    | 9              |                       |     |     |     |                          | 12            |
| 4                                    | 21    | 9              |                       |     |     |     |                          | 12            |
| 5                                    | 21    | 9              |                       |     |     |     |                          | 12            |
| 6                                    | 28,5  | 9              |                       |     |     |     |                          | 19,5          |
| 7                                    | 38,5  | 16             |                       |     |     |     |                          | 22,5          |
| <b>Evaluación<sup>2**</sup></b>      | 2     |                |                       |     |     |     |                          |               |
| <b>TOTAL</b>                         | 150   | 60             |                       |     |     |     |                          | 90            |

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

PCH: prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

LAB: prácticas laboratorio o campo (15 estudiantes)

ORD: prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas (30 estudiantes)

SEM: clases problemas o seminarios o casos prácticos (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

### Metodologías docentes\*

1.- **Método expositivo** que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor.

2.- Método basado en el **planteamiento de problemas** por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.

3.- **Estudio de casos, proyectos y experimentos.** Análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.

4.- **Situación de aprendizaje/evaluación** en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

### Resultados de aprendizaje\*

El alumno adquirirá una especialización que le permitirá desarrollar una carrera profesional futura con autonomía y capacidad.

### Sistemas de evaluación\*

<sup>2\*\*</sup> Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

**Instrumentos de evaluación.** Existen dos sistemas de evaluación para poder superar la asignatura:

- (a) Evaluación continua
- (b) Evaluación final

Para optar al sistema de evaluación continua el estudiante deberá asistir, al menos, al 80% de las clases teniendo en cuenta que las faltas justificadas no se cuentan como asistencia. Una vez que el alumno supere el límite de faltas del 20% pasará automáticamente al sistema de evaluación (b).

Para cada uno de los sistemas de evaluación la calificación final se derivará de los siguientes elementos:

(a) Evaluación continua:

- Actividades prácticas. Permiten evaluar la adquisición de competencias asociadas a las mismas como la aplicación de conocimientos adquiridos previamente. Algunas serán presenciales y otras no presenciales.
- Examen final.

El examen tendrá un peso en la nota final del **50%**. La realización de las actividades prácticas presenciales y no presenciales representará el **50%** restante de la calificación final.

En todo caso será necesario obtener al menos un 5 sobre 10 en el examen final para aprobar la asignatura (por lo que no es posible compensar un suspenso en el examen con la nota de las actividades prácticas).

**Criterios de evaluación.** En el examen se tendrá en cuenta la precisión en la respuesta, la claridad de ideas, el uso adecuado del lenguaje profesional y la correcta redacción. Las faltas de ortografía (incluida la acentuación) restarán, cada una, 1 punto de la nota final.

En la evaluación de las actividades prácticas se tendrá en cuenta:

- La calidad de los contenidos
- La calidad de la presentación (estructura y claridad)
- La entrega en el plazo establecido por el profesor

(b) Evaluación final

Por este sistema de evaluación podrán optar libremente los estudiantes durante las tres primeras semanas de la asignatura. Además, también serán evaluados mediante esta opción aquéllos que no hayan cumplido con la asistencia exigida para la evaluación continua.

- El examen representa el 80% de la nota final. Constará de dos partes: la primera coincidirá con el examen de la opción (a) y la segunda constará de un conjunto de preguntas adicionales.
- Entrega de un trabajo final de carácter práctico.

### Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía Básica:

- ÁLVAREZ, M. *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*. Arco/Libros. 7<sup>a</sup> ed., 2007.
- ÁLVAREZ, M. *Tipos de escrito IV: Escritos comerciales*. Arco/Libros. 2<sup>a</sup> ed., 2002.
- ARIZA RAMÍREZ, F. J. y ARIZA RAMÍREZ, J.M. *Comunicación y atención al cliente*. McGraw-Hill, 2016
- CASADO VELARDE, M. *El castellano actual: usos y normas*. 11<sup>a</sup> Ed. Eunsa, 2017.
- Llamazares García-Lomas, O. *Negociación internacional*. Editorial Global Marketing, 2018.
- Whetten, D.A. y Camaron, K.S. *Desarrollo de Habilidades Directivas*. Pearson. 2011.

Bibliografía Complementaria:

- BUIL GAZOL, P. Y MEDINA AGUERREBERE, P. Dircom. Comunicar para transformar. Pirámide, 2015.

### **Otros recursos y materiales docentes complementarios**

Todo el material adicional de la asignatura se pondrá a disposición del alumno en el aula virtual de la asignatura.