

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2021/2022

Identificación y características de la asignatura			
Código	503049	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 *			
<p>Competencias generales y básicas</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>Competencias transversales</p> <p>CT2 - Capacidad de organización y planificación</p> <p>CT3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa</p> <p>CT5 - Conocimientos de informática y dominio de las TIC relativos al ámbito de estudio</p> <p>CT6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas</p> <p>CT7 - Capacidad para la resolución de problemas</p>			

*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.

<p>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</p>
<p>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.</p>
<p>Contenidos</p>
<p>Breve descripción del contenido*</p>
<p>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.</p>
<p>Temario de la asignatura</p>
<p>Tema 1: Las habilidades claves en el ámbito del marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competencias: del conocimiento a las habilidades y actitudes 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 <p>Actividades prácticas: dinámica de grupo</p>
<p>BLOQUE I: HABILIDADES BÁSICAS</p> <p>Tema 2: Habilidades personales</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. La proactividad: he dejado de esperar a mi futuro...ahora lo estoy construyendo 5. ¡A por mi objetivo! Persiguiendo mi plan de vida y de carrera profesional 6. La vida no es fácil: la resiliencia. 7. Necesito más tiempo...o no: la gestión del tiempo y el control del estrés <p>Actividades prácticas: cuestionarios de autoevaluación, dinámica de grupo</p>
<p>Tema 3: Habilidades interpersonales</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saber hablar...con varios lenguajes a la vez 2. Yo siento, tú sientes, él siente: la empatía

3. ¿Escuchamos? La escucha activa
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. Decido, luego existo.
2. De los datos a la información relevante: el pensamiento analítico
3. Me adelanto al futuro: la actitud y la visión estratégica
4. ¿Y por qué no lo hacemos de otra forma? La creatividad para innovar
5. El cliente es mi guía: la orientación al cliente

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 estudiante por tema		Horas en grupo grande	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
Evaluación **	2							
TOTAL	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*								
Existen dos sistemas de evaluación para poder superar la asignatura:								
(a) Evaluación continua (b) Evaluación global								

** Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

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

(a) Evaluación continua:

Instrumentos de evaluación:

- Asistencia y realización de actividades presenciales. Permiten evaluar la adquisición de competencias asociadas a las mismas. Se realizarán en el horario semanal de clases. El profesor registrará los alumnos que asistan a las clases y participen activamente en dichas actividades.
- Actividades prácticas no presenciales. Permiten evaluar la adquisición de competencias asociadas a las mismas, así como la aplicación de conocimientos adquiridos previamente. Se entregarán por el campus virtual en los plazos establecidos por los profesores. En caso de no entregarse, se puntuarán con un 0.
- Examen final. Permitirá evaluar los conocimientos adquiridos y constará de preguntas cortas y algunas actividades prácticas.

El examen tendrá un peso en la nota final del **50%**. La asistencia y realización de las actividades prácticas presenciales representará el **20%** y para obtenerlo es necesario asistir, al menos, al 80% de las clases. Por su propia naturaleza, no son actividades recuperables. Finalmente, las actividades prácticas no presenciales representan el **30%** restante de la calificación final. Todas las actividades prácticas no presenciales tendrán el mismo valor y se calculará la nota media con todas ellas. Estas actividades prácticas no son recuperables dentro de una misma convocatoria (es decir, no se pueden entregar al final del semestre), pero sí son recuperables en siguientes convocatorias (es decir, si el alumno no supera la asignatura, puede entregarlas en la siguiente convocatoria que se presente).

En todo caso será necesario obtener al menos un 4,5 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 global

Por este sistema de evaluación podrán optar libremente los estudiantes durante el primer cuarto del periodo de clases, indicándoselo expresamente a los profesores por escrito a través del aula virtual. Además, también serán evaluados mediante esta opción aquéllos que no hayan cumplido con la asistencia exigida para la evaluación continua.

Instrumentos de evaluación: la prueba final consistirá en:

- Un examen final. La primera parte de este examen coincidirá con el mismo examen final preparado para los alumnos de evaluación continua y tendrá un peso del **50%** en la nota final. La segunda parte del examen será específica para estos alumnos, constará de un conjunto de preguntas adicionales y tendrá un peso del **30%** en la nota final. El alumno dispondrá de un tiempo extra para la realización de esta segunda parte.
- La entrega de un trabajo final de carácter práctico (compuesto de varias actividades prácticas), con fecha tope el día del examen final. Este trabajo trata de evaluar la capacidad práctica del alumno para aplicar los conocimientos teóricos explicados en la asignatura. La puntuación obtenida en este trabajo final se ponderará con el **20%** en la nota final del alumno.

Bibliografía (básica y complementaria):

- ÁLVAREZ, M. *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*. Arco/Libros. 7ª ed., 2007.
- ÁLVAREZ, M. *Tipos de escrito IV: Escritos comerciales*. Arco/Libros. 2ª ed., 2002.

- ARIZA RAMÍREZ, F. J. y ARIZA RAMÍREZ, J.M. *Comunicación y atención al cliente*. McGraw-Hill, 2016
- BUIL GAZOL, P. Y MEDINA AGUERREBERE, P. *Dircom. Comunicar para transformar*. Pirámide, 2015.
- CASADO VELARDE, M. *El castellano actual: usos y normas*. 11ª 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.

Los profesores entregarán a los alumnos, a través del campus virtual, apuntes y materiales adicionales para preparar cada uno de los temas de la asignatura.

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.