

Habilidades directivas y
conocimientos de gestión
para la dirección
comercial/ Management
skills and knowledge of
business management for
business management
Máster en Dirección
comercial y marketing
digital

2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Habilidades directivas y conocimientos de gestión para la dirección comercial/
Management skills and knowledge of business management for business management

Titulación: Master en Dirección Comercial y Marketing Digital

Curso académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: español e inglés

Modalidad: Presencial/semi-presencial/a distancia

Créditos: 9 ECTS

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Álvaro Rodríguez García, D. Adolfo Jiménez Reguillo, D. José Antonio León Capitán.

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias Básicas:

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.

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 estudio.

CB8 Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias Generales:

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender cómo su profesión afecta a otros departamentos de la empresa o institución.

CG7.- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.

CG11.- Capacidad para integrar en la organización y gobierno de la empresa los valores y políticas de igualdad efectiva, especialmente entre mujeres y hombres y atención a la discapacidad.

Competencias Específicas:

CE4. Capacidad para dirigir y motivar equipos de personas que realizan tareas comerciales y de marketing.

CE5. Capacidad de utilizar herramientas para el desarrollo y crecimiento profesional de los colaboradores y definir acciones para el desarrollo de sus competencias profesionales.

CE8. Capacidad de ejercer el liderazgo, la toma de decisiones fundamentadas en la ética y la responsabilidad social, y procurar motivación al equipo en la labor de dirección de ventas y en su trabajo en el área del Marketing.

CE11. - Capacidad para diseñar y poner en marcha el Plan Comercial en la empresa/ institución

1.2. Resultados de aprendizaje

- Comprender y adquirir las Habilidades directivas y conocimientos de gestión empresarial para la dirección comercial
- Conocer y comprender los aspectos jurídicos y legales para la dirección comercial
- Conocer y comprender la relevancia del liderazgo y la motivación en equipos de venta
- Conocer y saber utilizar herramientas de comunicación eficaces para la venta
- Conocer las implicaciones de la responsabilidad social en las organizaciones

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

La actividad empresarial cada día es más compleja y complicada. Los directivos se enfrentan a nuevos retos constantemente, fruto de las tendencias actuales del marco competitivo, caracterizado por la globalización, los cambios tecnológicos, la volatilidad financiera, etc. Ante esta realidad se hace necesario que los profesionales cuente con una sólida formación en habilidades y conocimientos que les permitan adaptarse con facilidad y rapidez a los cambios que se han producido, en los últimos años y que se seguirán produciendo en el futuro. El programa de esta asignatura está concebido para dar a conocer al alumno, de un modo teórico pero fundamentalmente práctico, las principales herramientas para dirigir a personas, comprendiendo sus realidades, personales, grupales y organizativas.

Business activity every day is more complex and complicated. Managers face new challenges constantly, fruit of the current trends of the competitive framework, characterized by globalization, technological change, the volatility of financial. Faced with this reality is necessary to have professionals with a solid background in skills and knowledge enabling them to adapt quickly and easily to the changes that have occurred in recent years and that will continue to produce in the future. This course program is designed to inform students, with a theoretical but fundamentally practical mode, the main tools to target people, understanding their realities, personal, group and organizational.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

Bloque 1:

Gestión del Tiempo en equipos de venta
Inteligencia Emocional y su uso en equipos comerciales
Técnicas de Negociación aplicadas a la dirección comercial
Aspectos legales de obligado conocimiento para el directivo

Bloque 2:

Presentaciones: Hablar en Público
Liderazgo y Motivación de equipos comerciales
Trabajo en Equipo
Gestión del Conocimiento

Bloque 3:

Comunicación Interpersonal
Organización de Reuniones
Deontología del Directivo
Responsabilidad Social Empresarial

Time management in sales teams
Emotional intelligence and its use in business equipment
Presentations: public speaking
Organization of meetings
Negotiation techniques applied to business address
Leadership and motivation of sales teams
Teamwork
Interpersonal communication
Knowledge management
Deontology of the Steering
Corporate Social responsibility
Legalities required knowledge for managers

2.4. Actividades formativas

AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos: consiste básicamente en la explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias: se trata aquí de una explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

AF3: Tutoría: se trata en este caso de la explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

AF4: Trabajo individual del estudiante: el trabajo individual es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves individuales por indicación del profesor

que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo individual para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura.

AF5: Trabajo en grupo del estudiante: el trabajo en grupo es aquella actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

Cabe destacar que los trabajos y casos objeto del esfuerzo para el aprendizaje variarán igualmente año tras año y versarán sobre los contenidos de la materia y su aplicación a problemas y ejemplos relacionados con la asignatura.

AF6: Puesta en común de resultados y procedimientos: se trata en este caso de la actividad de puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya una clase.

Actividades formativas:

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	52,5	100%
AF2	15	100%
AF3	15	25%
AF4	117,5	0%
AF5	20	0%
AF6	15	100%

Modalidad Semipresencial:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	52,5	0%
AF2	15	0%
AF3	20	25%
AF4	102,5	0%
AF5	20	0%
AF6	15	50%

Modalidad a distancia:

Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	52,5	0%
AF2	15	0%
AF3	25	0%
AF4	97,5	0%
AF5	20	0%
AF6	15	20%

2.5. Metodologías docentes

METODOLOGÍAS DOCENTES DEL TÍTULO PROPUESTO	
Código	METODOLOGÍA DOCENTE
MD1	Método del Caso
MD2	Aprendizaje Cooperativo
MD3	Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
MD4	Clase magistral

Metodologías docentes:

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad semipresencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	25%
Trabajo grupal	25%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajo grupal	0%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	35%
Trabajo grupal	15%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
------------------------	------------

Trabajo individual	50%
Trabajo grupal	0%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

Convocatoria ordinaria

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	40%
Trabajo grupal	10%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajo grupal	0%
Prueba final: La prueba final consistirá en un examen final presencial e individual	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Robbins, S.P. Judge, T.A. (2017). Comportamiento organizacional. México, México. Ed Pearson (17ª edición)

Bibliografía recomendada

Carreño Gomariz, Pablo (1991). Equipos. Madrid, España. Ed AC
De Bono, Edward. (1994). El pensamiento creativo. Barcelona, España. Ed Paidós
Goleman, D. Cherniss, Cary. (2001). Inteligencia emocional en el trabajo. Barcelona, España. Ed. Kairós
Malaret, Juan (2001). Manual de negociación y mediación. Madrid, España. Ed. Colex
Schein, E.H. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona, España. Plaza & Janes Editores.
Watzlawick, P. Bavelas Beavin, J. Jackson, D. (1987). Barcelona, España. Ed. Herder

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Álvaro Rodríguez García
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Doctorando Economía, MBA, Máster Abogacía, Máster Educación Sec., Grado en Derecho, Abogado colegiado ICAM.
Correo electrónico	arodriguezga@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa frente a biblioteca edificio A (Detrás de secretarías)
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Director del Máster en Dirección Comercial y Marketing Digital (Nebrija Business and Technology School). Coordinador Emprendimiento. Abogado. Anteriormente Director del Máster de Administración de Empresas (MBA). Docente en Universidad Nebrija. Doctorando en Economía. Máster MBA, EAE Business School/ Universidad de Barcelona. Máster de Educación Secundaria, Universidad Camilo José Cela. Máster de Acceso a la Abogacía por la Universidad Autónoma de Madrid. Grado en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid, Getafe. Inglés nivel C2 acreditado por Cambridge English (Proficiency). Nº Colegiado ICAM: C136366

Nombre y Apellidos	Adolfo Jiménez Reguillo
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Executive MBA, Licenciado Ciencias Económicas especialidad Economía Pública.
Correo electrónico	ajimenez@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa frente a biblioteca edificio A y online
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Director de Comunicación y relaciones institucionales Ibermutua. Docente y consultor de la Organización Iberoamericana de Seguridad Social. Economista especializado en sector público y experto en comunicación corporativa, política e institucional (financiera, externa e interna) y diplomacia corporativa. Más de 15 de años en estrategia y servicios de comunicación para distintos tipos de organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro en comunicación especializada, a nivel nacional, internacional y en organizaciones supranacionales. Investigo y profundizo sobre la comunicación de políticas, asuntos públicos y regulatorios como un desafío de futuro para las instituciones públicas, organizaciones privadas y sin ánimo de lucro. Miembro de la Asociación de Comunicación Política (ACOP) y de la Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales (APRI).
--	---

Nombre y Apellidos	José Antonio León Capitán
Departamento	Economía y empresa
Titulación académica	Executive MBA Economía y Dirección de Empresas. Ingeniero Industrial, áreas de Ingeniería de la Producción e Ingeniería Energética
Correo electrónico	jleonca@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa frente a biblioteca edificio A y online
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de Stellantis Iberia, primer consorcio automovilístico en España y Portugal, que incluye las marcas Abarth, Alfa Romeo, Citroën, DS Automobiles, Fiat, Jeep, Leapmotor, Maserati, Opel y Peugeot, así como los centros de producción de Madrid, Vigo, Zaragoza y Mangualde (Portugal). 24 años de experiencia profesional en las áreas de ventas, post-venta, marketing, calidad, comunicación y relaciones externas, tanto en el perímetro comercial como el industrial.