

viu
.es



Guía didáctica

Habilidades directivas para la gestión comercial

Título: Máster Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Créditos: 5 ECTS

Código: 07MDIR

Curso: 2019-2020

viu | **Universidad
Internacional
de Valencia**

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Habilidades directivas para la gestión comercial

Descripción: Ser exitoso en el ámbito comercial y de marketing implica adquirir una serie de habilidades que van mucho más allá de los conocimientos comerciales y de marketing. Implica adquirir y aprender a desarrollar una serie de habilidades sin las cuales el éxito no está garantizado.

A lo largo de esta materia los alumnos entenderán primero el porqué de los procesos de cambio en el campo del marketing, así como la necesidad de adaptarse a ellos e, incluso dirigirlos. Además, adquirirán técnicas sobre negociación que, unidas al desarrollo de habilidades de presentación, les permitirán reforzar su autoconfianza para salir airoso de situaciones comerciales. Por otra parte, triunfar en estos ámbitos supone saber liderar equipos (especialmente en estos tiempos cambiantes, es fundamental ser agentes de cambio) y para ello reconducir los conflictos será esencial.

Carácter: Optativa

Créditos ECTS: 5

Contextualización: El programa de la asignatura pretende que el alumno aprenda, adquiera y desarrolle habilidades necesarias en el mundo comercial. Es importante que entienda la necesidad de dirigir el cambio, que adquiera habilidades comunicativas para los procesos de negociación y que vea los conflictos como una oportunidad.

Modalidad: Online

Equipo Docente:

Profesor: Dr. Rafael José Rivelles Navarro

Correo: rafaeljose.rivelles@campusviu.es

Temario:

TEMA 1. LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS MULTICULTURALES

- 1.1 Aproximación al liderazgo
 - 1.1.1 Estilos más eficaces
 - 1.1.2 Competencias esenciales
- 1.2 Liderazgo estratégico para el cambio
 - 1.2.1 Líderes como agentes del cambio. Liderazgo transformador
- 1.3 Liderazgo y gestión de equipos multiculturales
 - 1.3.1 La influencia del factor multicultural. Liderazgo global

TEMA 2. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL EN MERCADOS GLOBALIZADOS

- 2.1 El arte de negociar en mercados globalizados
 - 2.1.1 El entorno: el marco, las personas y los objetivos
 - 2.1.2 Método Harvard de Negociación
- 2.2 Las claves de la negociación comercial
 - 2.2.1 Organización y preparación
 - 2.2.2 Motivación
 - 2.2.3 Gestión de las emociones

 - 2.2.4 Escucha activa
- 2.3 Las fases de la negociación comercial
 - 2.3.1 Presentación
 - 2.3.2 Discusión
 - 2.3.3 Acuerdo
- 2.4 Negociar con talento
 - 2.4.1 Identificar el talento negociador
 - 2.4.2 Técnicas

TEMA 3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y PRESENTACIONES

- 3.1 Condiciones de una buena presentación comercial
 - 3.1.1 Preparación
 - 3.1.2 Crear el entorno
 - 3.1.3 La regla de 3
- 3.2 Fases
 - 3.2.1 De ambientación
 - 3.2.2 Presentación
 - 3.2.3 Objeciones
 - 3.2.4 Cierre
- 3.3 El desarrollo de la argumentación, persuasión y otras técnicas de comunicación TEMA

4. TÉCNICAS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- 4.1 El conflicto como oportunidad
- 4.2 Las fases del conflicto
 - 4.2.1 Inicial o latente
 - 4.2.2 Percibido o no expresado
 - 4.2.3 Asumido
 - 4.2.4 Manifiesto o disputa
 - 4.2.5 Resolución y bases de un nuevo conflicto
- 4.3 Escenarios para la resolución de conflictos
 - 4.3.1 Entender las perspectivas y percepciones
 - 4.3.2 Establecer el escenario para resolver problemas

- 4.3.3 Centrarse en los resultados y trabajar como socios
- 4.4 Técnicas para resolver conflictos
 - 4.4.1 Analizar el problema
 - 4.4.2 Emplear habilidades: asertividad, empatía

TEMA 5. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL CAMBIO

- 5.1 Percepción del cambio
 - 5.1.1 Las cuatro C del cambio: conocimiento, convencimiento, compromiso y continuidad
- 5.2 Dirigir personas a través de los cambios
 - 5.2.1 Conducir al equipo al cambio
 - 5.2.2 Competencias del líder
 - 5.2.3 Hoja de ruta del cambio
- 5.3 Tipos de cambio: el cambio cultural
- 5.4 Las tres posiciones ante el cambio
 - 5.4.1: Adaptarse, negarse o dirigirlo
- 5.5 Promover el éxito de los cambios
 - 5.5.1 Superar los miedos
 - 5.5.2 Resiliencia

Competencias:

COMPETENCIAS GENERALES

CG.1.- Que los estudiantes sean capaces de analizar y sintetizar la importancia de desarrollar habilidades comerciales en mercados globalizados.

CG.2.- Que los estudiantes sean capaces de tomar decisiones basadas en argumentos comerciales.

CG.3.- Que los estudiantes sean capaces de utilizar las TIC como herramienta que les permita el acceso a las fuentes de información como medio de archivo de datos y documentos, así como herramienta para el aprendizaje y la investigación en el ámbito comercial y de marketing.

CG.4.- Que los estudiantes sean capaces de trabajar, debatir y contrastar en equipos interdisciplinares en el ámbito comercial de forma coordinada.

CG.5.- Que los estudiantes sean capaces de identificar información relevante, describir problemas y buscar soluciones en entornos profesionales y no profesionales, con claridad y precisión.

CG.6.- Que los estudiantes sean capaces de organizar y gestionar el tiempo y las tareas programadas de forma autónoma durante el proceso de aprendizaje.

CG.7.- Que los estudiantes sean capaces de transmitir información sobre temas relativos al ámbito comercial en entornos profesionales y no profesionales.

CG.8.- Que los estudiantes sean capaces de desarrollar las habilidades interpersonales que le permitan liderar un grupo de trabajo.

CG.9.- Que los estudiantes sean capaces de abordar la actividad formativa y profesional partiendo del respeto al código deontológico que requiere la labor profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE.1.- Que el estudiante sea capaz de entender el concepto y la importancia de las habilidades comerciales dentro de las organizaciones.

CE.2.- Que el estudiante sea capaz de identificar las habilidades propias de un profesional del ámbito comercial y marketing, en especial la de liderazgo.

CE.3.- Que el estudiante sea capaz de aplicar las habilidades en la empresa y su entorno.

CE.4.- Que el estudiante sea capaz de conocer, diferenciar y aprender a desarrollar actitudes propias en la gestión del cambio pertenecientes al ámbito comercial y marketing.

CE.5.- Que el estudiante sea capaz de elegir las técnicas de presentaciones comerciales más eficaces.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases magistrales	20	80
Seminarios y Talleres	4	100
Sesiones de discusión y debate	4	80
Actividades guiadas	6	100
Tutorías	4	80
Trabajo en grupos	40	30
Trabajo autónomo	200	0
Exámenes de evaluación final	4	100

Metodologías docentes:

- Clases Teóricas
- Seminarios Experimentales o de Revisión Bibliográfica
- Sesiones de Discusión y Debate
- Actividades Guiadas
- Tutorías
- Trabajo Autónomo en Grupo
- Trabajo Autónomo Individual
- Examen (Extraer información de Aneca.Punto 5.5.1.7.Metodologías docentes)

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen final	0.0	50.0
Portafolio	0.0	50.0

Bibliografía:

- Anastasi, A. y Urbina, S (1998): Tests Psicológicos. Prentice Hall: México.
- Cordero, A. (Dir.) (1997). La evaluación psicológica en el año 2000. Madrid: Tea Ediciones.
- Fernández- Ballesteros, R. (1998). Introducción a la evaluación psicológica I y II. Madrid: Pirámide.
- Fernández- Ballesteros, R. (2004). Evaluación psicológica: concepto, métodos y estudio de casos. Madrid: Pirámide.
- Fernández-Ballesteros, R. (2007). Evaluación psicológica: Conceptos, métodos y estudio de casos. Madrid: Pirámide.
- Fernández- Ballesteros, R. (2011). Evaluación psicológica: concepto, métodos y estudio de casos. Madrid: Pirámide.
- Fernández-Ballesteros, R., Oliva Márquez, M., Vizcarro, C., Zamarrón Cassinello, M.D. (2011). Buenas prácticas y competencias en evaluación psicológica: el sistema interactivo multimedia de aprendizaje del proceso de evaluación (SIMAPE). Madrid: Pirámide.
- García, J. (Dir.) (1998). Evaluación psicológica:(reseñas de textos). Melilla: UNED
- Moreno, C. (2003). Evaluación Psicológica. Concepto, proceso y aplicación en las áreas del desarrollo y de la inteligencia. Madrid: Sanz y Torres.
- Moreno, C. (2003). Ejercicios prácticos de evaluación psicológica. Concepto, proceso y aplicación en las áreas del desarrollo y de la inteligencia. Madrid: Sanz y Torres