

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

<b>Asignatura</b>	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y GESTIÓN DE FUERZA DE VENTAS		
<b>Materia</b>	ORGANIZACIÓN		
<b>Módulo</b>	ACTIVIDAD EMPRESARIAL		
<b>Titulación</b>	GRADO EN COMERCIO		
<b>Plan</b>	419	<b>Código</b>	41005
<b>Periodo de impartición</b>	1º Cuatrimestre	<b>Tipo/Carácter</b>	Obligatoria
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado	<b>Curso</b>	Tercero
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Español		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Augusto Cobos Pérez Marta M <sup>a</sup> Ingelmo Palomares Iván López San Juan		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	augusto@emp.uva.es Tfnº: 983.42.35.81 marta@emp.uva.es Tfnº: 983.42.36.06 <a href="mailto:ivan.lopez@uva.es">ivan.lopez@uva.es</a> ..... Tfnº: 983.42.36.06		
<b>Departamento</b>	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La acción económica, social y comercial descansa, por su propia esencia, en las personas y en sus comportamientos. Por tanto, el éxito o fracaso de una empresa depende de la acción humana.

Los **Recursos Humanos** siempre han sido el elemento fundamental para la consecución del éxito por parte de cualquier tipo de organización, pero cada vez más, se reconoce la necesidad de optimizar las aportaciones que los individuos realizan.

En este ámbito, día a día, se está prestando mayor atención a todas las cuestiones relacionadas con este activo empresarial de vital importancia: las personas.

En el ámbito particular del comercio, la consecución de objetivos clave como la atención, satisfacción y retención de clientes o la calidad del servicio se basan en la calidad y comportamientos de la **Fuerza de Ventas**.

Esta asignatura hace un repaso de los diferentes aspectos de la gestión de los **Recursos Humanos** en general y de la **Fuerza de Ventas** en particular.

### 1.2 Relación con otras materias

Dentro de su propia materia, mantiene una fuerte relación con la asignatura “Organización de Empresas”.

Igualmente, tiene una fuerte relación con materias como “Derecho Laboral” por las asignaturas “Derecho del Trabajo y la Seguridad Social” y “Prevención de Riesgos Laborales”.

También mantiene una relación de complementariedad con las materias “Comunicación” (por las asignaturas “Comunicación Comercial: Publicidad y promoción de Ventas” y “Técnicas de Comunicación”) y “Marketing” (por la asignatura “Gestión de Ventas y Proceso Comercial”); en cualquier caso, los diferentes planteamientos disciplinares excluyen la posibilidad de solapamiento.

### 1.3 Prerrequisitos

No existen requisitos previos o mínimos.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- G1. Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.
- G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.
- G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al estudiante continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.
- G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico

#### Competencias transversales

- T1. Adquirir la habilidad de aprendizaje y conocimiento de la bibliografía así como de las fuentes permanentes de información documental y estadística que le doten de la capacidad necesaria para continuar estudiando, investigando o aprendiendo de forma permanente y autónoma.
- T2. Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) en el ámbito de estudio y contexto profesional, como una herramienta para la expresión y la comunicación, para el acceso a fuentes de información, como medio de archivo de datos y documentos, para tareas de presentación, aprendizaje, trabajo cooperativo y para la gestión de cualquier operación comercial.
- T3. Aprender a comprender y respetar la diversidad social y la multiculturalidad como un componente enriquecedor personal y colectivo, con el fin de desarrollar la convivencia entre las personas sin incurrir en distinciones de sexo, edad, religión, etnia, condición social o política.
- T4. Saber comportarse de manera íntegra y consecuente con los principios y valores personales y profesionales (compromiso ético) teniendo en cuenta los distintos instrumentos éticos puestos a su disposición. Esto implica conocer los instrumentos éticos que regulan sus actuaciones profesionales, actuar con integridad y rectitud ante cualquier situación, incluso en situaciones desfavorables para sus propios intereses, ser respetuosos con las normas y leyes sin necesidad de ser vigilados o controlados, así como saber reconocer, aceptar y responsabilizarse de los errores cometidos y de sus posibles consecuencias.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.



- T6. Ser creativo, con iniciativa y espíritu emprendedor, consiguiendo la habilidad de ofrecer soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones convencionales, así como tener una buena predisposición a actuar de forma proactiva, poniendo en acción las ideas en forma de actividades y proyectos con el fin de explotar las oportunidades al máximo, asumiendo los riesgos necesarios.
- T7. Ser capaz tanto de reconocer situaciones nuevas (tanto en el entorno competitivo en el que va a desarrollar su labor profesional como en las metodologías de trabajo cambiantes), como de adaptarse a los cambios con versatilidad y flexibilidad.
- T8. Saber desarrollar y mantener un trabajo de calidad de acuerdo a las normas y gestionar por procesos utilizando indicadores de calidad para su mejora continua, mediante la utilización de indicadores que evalúan el progreso y los resultados, mediante una planificación y realización correcta de las actividades, buscando la mejora de forma permanente en todo lo que se hace, y mediante la participación en los procesos de autoevaluación asumiendo responsabilidades tanto como evaluador como evaluado.

## 2.2 Específicas

- E6. Diseñar y manejar sistemas de información.
- E11. Conocer las diversas herramientas de comunicación comercial (publicidad, fuerza de ventas, relaciones públicas, promoción de ventas y propaganda).
- E12. Aprender a gestionar un equipo de ventas y las técnicas promocionales.
- E22. Desarrollar la capacidad emprendedora y creación de empresas comerciales.



### 3. Objetivos

- Proporcionar los conocimientos básicos relativos a la función de personal en las organizaciones.
- Comprender la importancia de los Recursos Humanos y conocer las tareas relativas a la administración de los mismos, tareas administrativas que desarrolla el Departamento de Recursos Humanos.
- Además, en el ámbito específico de la función comercial, contribuir al conocimiento de la actividad de la venta estudiando el perfil de los integrantes de la Fuerza de Ventas y la naturaleza del trabajo que realizan.
- Conseguir un adecuado conocimiento de las diferentes tareas necesarias en la gestión de un equipo de ventas: diseño de puestos, determinación del tamaño de la fuerza de ventas, asignación, reclutamiento, selección, formación, retribución y supervisión..





#### 4. Contenidos y/o bloques temáticos

##### a. Contextualización y justificación

Se inicia la asignatura aportando los conocimientos básicos sobre la Dirección de Recursos Humanos y la Gestión de la Fuerza de Ventas.

Se analizan en detalle las diferentes funciones y actividades principales de la Dirección de Recursos Humanos y en particular de la fuerza de ventas.

##### b. Objetivos de aprendizaje

- Conocer en qué consiste y cuales son las funciones principales de la Dirección de los Recursos Humanos.
- Analizar las especificidades de la fuerza de ventas y de su gestión..

##### c. Contenidos

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

TEMA 2. DISEÑO Y VALORACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

TEMA 3. RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

TEMA 4: PROCESOS DE FORMACIÓN Y DESARROLLO

TEMA5. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO Y EVALUACIÓN DE SISTEMAS RETRIBUTIVOS

TEMA 6. LA FUERZA DE VENTAS

TEMA 7. NUEVAS TENDENCIAS EN GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

##### d. Métodos docentes

- Clase magistral. Análisis de casos y otros materiales (prensa, páginas web...). Aprendizaje cooperativo. Visionado de material audiovisual.

##### e. Plan de trabajo

Exposición básica inicial por parte del profesor; trabajo individual y/o de grupo posterior sobre materiales diversos. Elaboración de informes, resúmenes, cuestiones de evaluación, etc.

##### f. Evaluación

Ver apartado general de evaluación.

##### g. Bibliografía básica

De la Calle Durán, M. C. y Ortiz de Urbina Criado, M. (2018) Fundamentos de Recursos Humanos

Gómez-Mejía, L.R., Balkin, D.B. y Cardy, R.L. (2001) Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Pearson Educación, Madrid.

Díez de Castro, E.C., Navarro, A. Y Peral, B. (2003) Dirección de la Fuerza de Ventas. Esic Ed., Madrid.

##### h. Bibliografía complementaria

Artal Castells, M. (2013): Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores.. Esic Ed., Madrid.



**i. Recursos necesarios**

Aula multimedia junto a los materiales proporcionados por el profesor.

**j. Temporalización**

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
6 ECTS	15 semanas



**5. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	30	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	30
Clases prácticas	30	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	30
Evaluación	3	Realización de trabajos, informes, memorias.	14
		Preparación orientada a la evaluación	13
<b>Total presencial</b>	<b>63</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>87</b>

**6. Sistema y características de la evaluación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO Opciones de evaluación: a) y b)	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación continua:		
a) Participación y asistencia a clase (informes, casos, resúmenes, etc.). Pruebas escritas objetivas (test ABC, verdadero-falso,...) a lo largo del curso.	40%	
b) Examen final.	60%	
Evaluación por prueba escrita final.	100%	

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN****8. Consideraciones finales**

La asignatura contará para su seguimiento con la plataforma de apoyo a la docencia Moodle.