



## Proyecto docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	LOGÍSTICA Y COMUNICACIÓN COMERCIAL		
<b>Materia</b>	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	TURISMO		
<b>Plan</b>	453	<b>Código</b>	42828
<b>Periodo de impartición</b>	1er CUATRIMESTRE	<b>Tipo/Carácter</b>	OPTATIVA
<b>Nivel/Ciclo</b>	GRADO	<b>Curso</b>	4º
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua en que se imparte</b>	ESPAÑOL		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Pablo Zarzuela Acebes		
<b>Departamento(s)</b>	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:zarzuela@eco.uva.es">zarzuela@eco.uva.es</a>		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La asignatura Logística y Comunicación Comercial se orienta a la importancia que tiene en la actualidad, para un economista de empresa, conocer las decisiones profesionales que se toman en la dirección y la comunicación comerciales, tanto en la consecución de los objetivos de la organización como en el sistema económico en general.

### 1.2 Relación con otras materias

Todas las del Plan de Estudios.

### 1.3 Prerrequisitos

No se exigen requisitos previos.





## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- G1.** Poseer y comprender conocimientos básicos de la Economía de la Empresa que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzado e incluyan también algunos aspectos que se sitúan en la vanguardia de la Ciencia Económica y del ámbito de la empresa.
- G2.** Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico-empresarial.
- G4.** Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales a públicos especializados y no especializados de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades siguiendo una secuencia lógica.
- G5.** Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### 2.2 Específicas

- E1.** Poseer un conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos del proceso de dirección, la organización, la contabilidad, la fiscalidad, las operaciones, los recursos humanos, la comercialización y la financiación e inversión.
- E4.** Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.
- E5.** Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.
- E6.** Poseer conocimientos sobre los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, evaluación y predicción en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.
- E7.** Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.
- E9.** Aplicar con rigor la técnica de análisis adecuada en la resolución de problemas en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

### 2.3. Competencias transversales.

- T1.** Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en español.
- T3.** Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

**T4.** Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

**T5.** Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

**T6.** Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.

**T8.** Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (*flexibilidad*).

### **3. Objetivos**

Al finalizar el curso el alumno deberá haber alcanzado los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Comprender el papel que desempeñan la distribución y la comunicación comerciales, tanto en la consecución de los objetivos de la organización como en el sistema económico en general.
- Comprender el contexto histórico y cultural en que la organización debe tomar las decisiones de distribución y comunicación.
- Examinar diferentes formas de comercio que pueden formar parte de un sistema comercial.
- Conocer las estrategias que pueden adoptar las empresas en materia de distribución comercial.
- Conocer las herramientas de comunicación de que dispone la organización y ser capaz de aplicarlas de forma coordinada con el resto de variables de marketing mix.

### **4. Contenidos**

#### **BLOQUE I: COMUNICACIÓN COMERCIAL.**

Tema 1. Introducción a la comunicación comercial.

Tema 2. La publicidad

Tema 3. La promoción de ventas

Tema 4: Las relaciones públicas

Tema 5. El marketing directo

Tema 6. La fuerza de ventas,

Tema 7. Nuevas tendencias en comunicación.

#### **BLOQUE II: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.**

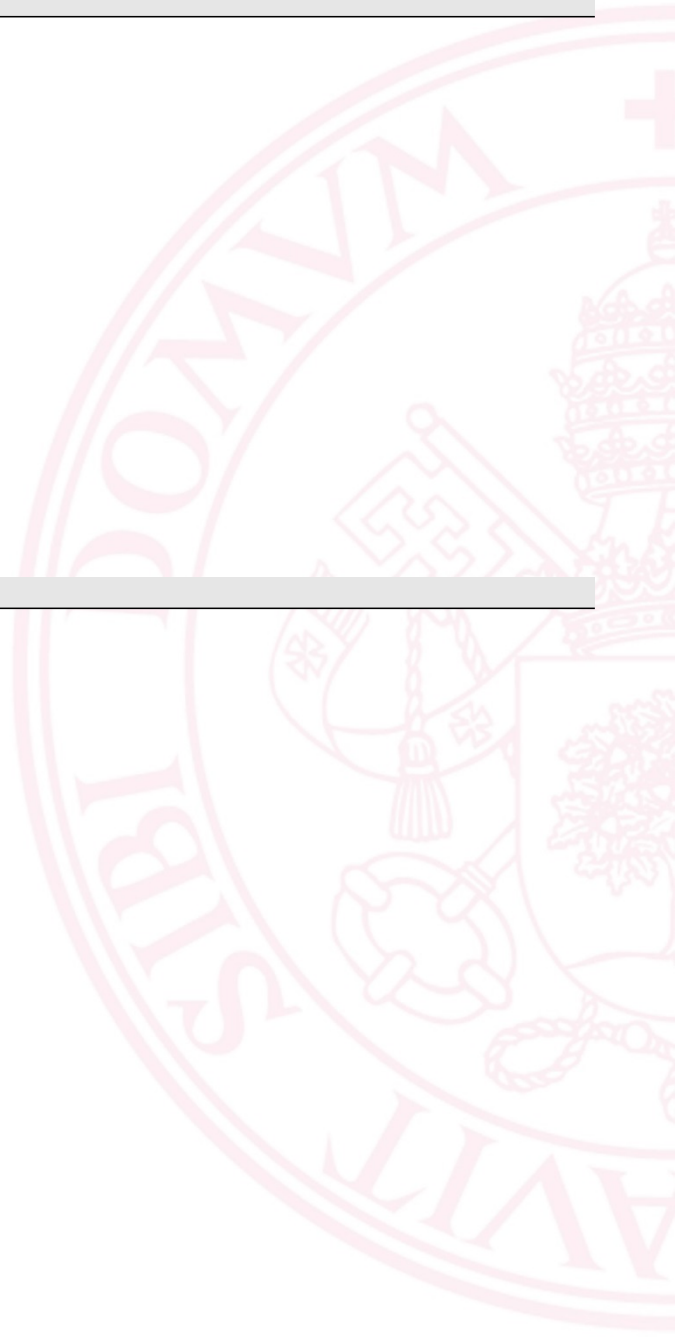
Tema 8. Introducción a la distribución comercial.

Tema 9. Los canales de distribución.

Tema 10. Decisiones estratégicas y relaciones en los canales de distribución.

Tema 11. El comercio mayorista y minorista.

Tema 12. Internet y el comercio electrónico.





## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

Para la impartición de este bloque se combinarán los siguientes métodos docentes:

- Clases teóricas.
- Resolución de problemas y ejercicios prácticos.
- Estudio de casos.
- Lectura de artículos de actualidad y prensa especializada.

## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

HORAS PRESENCIALES			HORAS NO PRESENCIALES	
Clases teóricas	Clases prácticas y tutorías grupales	Evaluación	Estudio y trabajo autónomo individual	Estudio y trabajo autónomo en grupo
30	26	4	50	40

Para facilitar el seguimiento de las clases teóricas se utilizarán presentaciones de diapositivas.

En las clases prácticas se resolverán problemas y ejercicios prácticos y se estudiarán y discutirán casos de empresas relacionados con cada tema. Además, se plantearán actividades complementarias como el debate sobre noticias de actualidad, visitas a sitios web de interés, la proyección de vídeos ilustrativos o las charlas con profesionales y empresarios.

A lo largo del curso los alumnos deberán realizar un trabajo práctico (proyecto) en equipos de 4 o 5 personas. Cada equipo trabajará con un caso, bien basado en una empresa real o bien en un proyecto nuevo propuesto por el equipo. Cada grupo deberá exponer y defender el trabajo en clase. Para orientar a los alumnos en el desarrollo de este trabajo práctico grupal se organizarán varias tutorías grupales. En la información sobre el sistema de evaluación (apartado 7) explica cuál es su repercusión en la calificación de la asignatura.

## 7. Sistema y características de la evaluación

En la convocatoria ordinaria se realizará una evaluación continua de la asignatura a través de la calificación de los proyectos, trabajos, resolución de problemas o casos que, en relación con los contenidos de la asignatura y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor). A final de la asignatura se presentará un trabajo consistente en una memoria de las actividades desarrolladas en clase.

En la convocatoria extraordinaria la evaluación de la asignatura se realizará a través de la realización de un examen escrito presencial que constará de preguntas tipo test que versan sobre el contenido de la asignatura. Cada pregunta correcta sumará 0,5 puntos a la nota del examen, mientras que las preguntas incorrectas restan 0,15 puntos. Las preguntas en blanco no computan. El examen tendrá una ponderación del 50% de la nota final, mientras que la nota de los proyectos, trabajos o resolución de problemas ponderará el 50% restante.



## 8. Consideraciones finales