



## Proyecto docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	<i>Dirección de equipos</i>		
<b>Materia</b>	Organización de Empresas		
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	<i>Grado en Marketing e investigación de Mercados</i>		
<b>Plan</b>	<i>Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre</i>	<b>Código</b>	45620
<b>Periodo de impartición</b>	<i>Semestre 2</i>	<b>Tipo/Carácter</b>	<i>Obligatorio</i>
<b>Nivel/Ciclo</b>		<b>Curso</b>	3º
<b>Créditos ECTS</b>	3 ECTS		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Castellano		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Dra. Pilar Pérez Santana		
<b>Departamento(s)</b>	<i>Organización de Empresas</i>		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:pilarps@eco.uva.es">pilarps@eco.uva.es</a> ; 983) 423335; despacho nº 124. <i>Fac. CC.EE y EE.</i>		



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

---

### 1.1 Contextualización

---

Esta asignatura contribuye al perfil de Graduado en marketing e investigación de mercados aportando unos conocimientos y habilidades claves para las tareas directivas en la empresa: la dirección de equipos.

Para ello, se dan unas pautas esenciales de cómo trabajar en equipo de un modo efectivo y cómo dirigir a esos equipos hacia unos resultados exitosos.

### 1.2 Relación con otras materias

---

Materia básica necesaria para la dirección de equipos de cualquier área de la empresa en general y, del área de marketing, en particular. Se relaciona con asignaturas tanto del área de Organización de Empresas como de Marketing.

### 1.3 Prerrequisitos

---

- Haber cursado asignaturas Introducción a la Economía de la empresa.
- Capacidad de comunicación oral y escrita.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing, para alcanzar el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia, específicamente en el ámbito de marketing analítico y estratégico.
- 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.
- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.
- G4. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económico-empresariales, a públicos especializados y no especializados, de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con alto grado de autonomía.
- G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, así como los principios medioambientales, de responsabilidad social y de cooperación al desarrollo que promueven un compromiso ético en una sociedad global, intelectual, libre y justa.

### 2.2 Específicas

Qué debe saber el alumno:

- 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.
- 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.

Qué debe saber hacer:

- E8. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.
- E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo de marketing analítico y estratégico, así como, las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando, en su caso, internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos y cualitativos.
- E11. Redactar proyectos y planes de dirección global, o referidos a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.
- E12. Elaborar informes de asesoramiento en el ámbito de la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.



### 3. Objetivos

- *Desarrollar habilidades básicas para trabajar correctamente en equipo y dirigirles con éxito.*
- *Incentivar al alumno a trabajar en equipo en diversos ámbitos de las organizaciones.*
- *Enseñar las principales ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo.*
- *Experimentar situaciones cuasi-reales de trabajo en equipo, para conseguir un aprendizaje activo.*
- Aplicar el aprendizaje de trabajo en equipo al área particular de marketing/comercial de las organizaciones.

### 4. Contenidos

#### **Tema 1.- El trabajo en equipo en las organizaciones.**

- 1.1. Introducción al trabajo en equipo.
- 1.2. Concepto de equipo de trabajo.
- 1.3. Ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo
- 1.4. Tipos de equipos de trabajo.
- 1.5. Creación de un equipo efectivo de trabajo.

#### **Tema 2.- La interdependencia social y la comunicación en los equipos de trabajo.**

- 2.1. La interdependencia social de los miembros de un equipo.
- 2.2. La comunicación interna en los equipos.
- 2.3. Técnicas de comunicación en los equipos.

#### **Tema 3. –La toma de decisiones y resolución de conflictos en los equipos de trabajo.**

- 3.1. La toma de decisiones en los equipos de trabajo
- 3.2. Estrategia para decidir: competitiva vs. cooperativa
- 3.3. El conflicto en los equipos de trabajo.
- 3.4. La resolución de conflictos
  - 3.4-1- La negociación en los equipos de trabajo.

#### **Tema 4.- La creatividad e innovación en los equipos de trabajo.**

- 4.1. La necesidad de creatividad en los equipos.
- 4.2. De la controversia en el equipo a la creatividad
- 4.3. Diversas metodologías para favorecer la creatividad en los equipos.

#### **Tema 5- El liderazgo de los equipos de trabajo.**

- 5.1. El liderazgo en las organizaciones.
- 5.2. Tipos de liderazgo
- 5.3. Las habilidades para ser un buen líder.
- 5.4. Enfoques de liderazgo
- 5.5 Delegación vs. Autoridad en los equipos de trabajo.

#### **Tema 6.- La motivación de los equipos de trabajo.**

- 6.1. La importancia de la motivación de los equipos de trabajo.
- 6.2. La retribución en los equipos de trabajo.
- 6.3. La evaluación del rendimiento de los equipos de trabajo.
- 6.4. Otros mecanismos de motivación de los equipos de trabajo.



## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

Se combina métodos más tradicionales de docencia (para la parte teórica de la asignatura) con métodos innovadores en docencia, basados en aprendizaje activo o experimental (*learning by doing*)

**Clase magistral**, que dará lugar a la exposición por parte del profesor, de manera organizada y sistemática, de los fundamentos teóricos de cada una de las unidades temáticas del programa, apoyada con la proyección de diapositivas.

**Casos prácticos** que describan la situación concreta de una empresa, que expone un problema, reto o alternativas de acción, trabajados de forma grupal.

**Dinámica de grupos** con objeto de que el alumno experimente, a través de juegos, la teoría de equipos en situaciones cuasi-reales vividas en el aula. Será la herramienta metodológica esencial.

**Role-playing** planteando situaciones simuladas de diversos temas, relacionadas con la dirección de equipos.





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

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	15	Trabajo en equipo fuera del aula	10
Clases prácticas (sin desdoblar grupo)	15	Estudio individual autónomo	20
<b>Total presencial</b>	<b>30</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>30</b>
Total presencial		Total no presencial	

## 7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Nota de equipo (prácticas grupales en el aula)	30%	Las prácticas grupales son obligatorias, y por tanto todos los miembros del equipos deben asistir a ellas (previo cronograma previsto por profesor)
Nota de examen escrito individual	70%	Se necesitará contar con un 3 de 7 puntos para hacer media con la nota de equipo.

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Asistencia obligatoria a todas las prácticas de equipo; mínimo de 3 puntos sobre 7 en el examen individual escrito.
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - Asistencia obligatoria a todas las prácticas de equipo; mínimo de 3 puntos sobre 7 en el examen individual escrito.

## 8. Consideraciones finales