



**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
"Política Comercial"**

DIPLOMADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES (Plan 2002)

Departamento de Admón de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados(Marketing)

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	DIPLOMADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES (Plan 2002)
Año del plan de estudio:	2002
Centro:	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales
Asignatura:	Política Comercial
Código:	1170016
Tipo:	Troncal/Formación básica
Curso:	3
Período de impartición:	Segundo Cuatrimestre
Ciclo:	1
Área:	COMERCIALIZACION E INVESTIG.DE MERCADOS
Departamento:	Admón de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados(Marketing)
Dirección postal:	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Dirección electrónica:	http://admark.us.es

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Competencias:

Competencias transversales/genéricas

Conocimientos generales básicos (Se entrena de forma intensa)
Capacidad de análisis y síntesis (Se entrena de forma moderada)

Competencias específicas

COMPETENCIA 1 (Grado Alto): DEFINIR ESTRATEGIAS, OBJETIVOS Y POLÍTICAS COMERCIALES. Para el desarrollo de esta competencia se deberán saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.

COMPETENCIA 2 (Grado Básico): CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y SACAR CONCLUSIONES. El objetivo de esta competencia está dirigido a la resolución de problemas a través de métodos científicos y a familiarizar al alumno con la identificación y manejo de las distintas variables necesarias para el análisis.

Cognitivas (Saber):

1. Conocer las teorías y conceptos básicos del marketing operativo

Curso de entrada en vigor: 2009/2010 Última modificación: 2009-07-16

1 de 2

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.
El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	IE0u6w+YLEd97A0yJwHr4w==	Fecha	07/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/2
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/IE0u6w+YLEd97A0yJwHr4w==		



Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

1. Aplicar las teorías y conceptos básicos sobre oferta y demanda a los diferentes tipos de empresas, destinos y mercados.

Actitudinales (Ser):

1. Escuchar atentamente y apreciar las aportaciones de los demás.
2. Defender el punto de vista personal con argumentos lógicos, respetando las distintas opiniones del resto.
3. Mantener una actitud intelectual abierta, cuestionando de forma razonada todo aquello que genere dudas.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- 1.- Producto (Temas 1, 2 y 3)
- 2.- Distribución (Temas 4 y 5)
- 3.- Precio (Temas 6, 7 y 8)
- 4.- Comunicación (Temas 9, 10 y 11)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relación de actividades de segundo cuatrimestre

Clases teóricas

Horas presenciales: 60.0

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Clase magistral apoyada con medios tecnológicos y fomento del diálogo y la participación del alumno.

Competencias que desarrolla:

Cognitivas (Saber):

1. Conocer las teorías y conceptos básicos del marketing operativo

Procedimentales/Instrumentales (Saber hacer):

1. Aplicar las teorías y conceptos básicos sobre oferta y demanda a los diferentes tipos de empresas, destinos y mercados.

Actitudinales (Ser):

1. Escuchar atentamente y apreciar las aportaciones de los demás.
2. Defender el punto de vista personal con argumentos lógicos, respetando las distintas opiniones del resto.
3. Mantener una actitud intelectual abierta, cuestionando de forma razonada todo aquello que genere dudas.

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Examen final

Debido al número de alumnos que componen la asignatura, se hace muy difícil implantar un sistema de evaluación continua controlable para el profesor.

Las técnicas y procedimientos de evaluación, así como los criterios de calificación se atenderán a lo siguiente:

Se realizará una prueba escrita, según fecha asignada en el calendario de exámenes del centro, que consistirá en un examen de dos partes: una parte teórica y de una parte práctica. Éstas tendrán la ponderación del 60% y 40%, respectivamente. Es condición necesaria, aunque no suficiente, para superar cada examen, obtener una puntuación de tres sobre diez puntos en cada parte (teoría y práctica). Cumplida la condición necesaria de superación del examen, será suficiente para obtener el apto, el que la suma de ambas partes ponderadas (teoría y práctica), de como mínimo una puntuación de cinco sobre diez. El tiempo disponible será de noventa minutos, aproximadamente.

Para superar la asignatura será requisito indispensable sacar un mínimo de tres puntos sobre diez en la prueba escrita.

Participación del alumno en clase

Se valorará la participación del alumno en el clase

Código Seguro De Verificación	IE0u6w+YLEd97A0yJwHr4w==	Fecha	07/02/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/2
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/IE0u6w+YLEd97A0yJwHr4w==		

