

6-07

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



GESTION COMERCIAL

CÓDIGO 01543034

UNED

6-07

GESTION COMERCIAL

CÓDIGO 01543034

ÍNDICE

OBJETIVOS

CONTENIDOS

EQUIPO DOCENTE

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

Ofrecer una formación introductoria en el área comercial de la empresa, en la gestión de la información para la toma de decisiones y en la aplicación de la tecnología de la información y de las comunicaciones a la economía de la empresa.

La convergencia de información y tecnología es notoria en la empresa actual. La tecnología crea nuevas necesidades de información para tomar decisiones pero también los medios para obtenerla. Ante la avalancha de datos, y la rapidez con la que llegan a la empresa, la tarea de obtención de los mismos ha pasado a un segundo plano con respecto a la selección, ordenación, procesamiento y análisis de dichos datos: sin la tecnología sería inviable encuestar o vender a través de Internet pero también que los gestores de la empresa sacaran provecho de los miles de datos disponibles. Por tanto gestionar la información empresarial de forma que sea útil en la toma de decisiones es un problema cada vez más complejo al que se aplican necesariamente recursos tecnológicos crecientes.

CONTENIDOS

TEMA 1. El concepto del Marketing. TEMA 2. La demanda y el comportamiento de compra

TEMA 3.	La segmentación
TEMA 4.	El producto.
TEMA 5.	Las actividades de promoción.
TEMA 6.	La distribución comercial y sus estrategias.
TEMA 7.	El precio y sus distintas consideraciones.
TEMA 8.	Las estrategias comerciales
TEMA 9.	La información en la empresa: sistemas de información.
TEMA 10.	Internet y la empresa.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

RAMON RUFIN MORENO
rrufin@cee.uned.es
91398-6347
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

MARIA DOLORES REINA PAZ
mreina@cee.uned.es
91398-7355
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

CLAUDIA SEVILLA SEVILLA
csevilla@cee.uned.es
91398-9048
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Las unidades didácticas para preparar la asignatura son las siguientes:

RUFÍN MORENO, R. y REINA PAZ, M. D.: *Fundamentos de Marketing*. Editorial CERA. Madrid, 2003.

Dicho texto contiene bibliografías específicas *recomendadas* en las que el alumno interesado podrá *ampliar* sus conocimientos.

NOTA MPORTANTE. Es imprescindible el uso del programa oficial de la asignatura para su preparación. Dicho programa se puede encontrar en la Guía Didáctica de la asignatura publicada por la UNED o en la siguiente página *web*:
<http://www.uned.es/dpto-eeyc/>

No todos los epígrafes de las Unidades Didácticas forman parte del programa ni serán objeto de examen en las pruebas presenciales. En consecuencia es necesario cotejar capítulo a capítulo y apartado a apartado del programa la ubicación de los mismos en las unidades didácticas.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.

El test lo formarán veinticinco preguntas con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. *Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la asignatura.*

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Jueves, de 16 a 20 h. Tels.: 91 398 73 55 Fax: 91 398 63 41 Correo electrónico: marketing@cee.uned.es Servicio telefónico automático (para calificaciones): 902 25 26 41

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.