

AÑO ACADÉMICO
2018/19**Máster Universitario en
Dirección Comercial y Marketing****RUCT**
4315986**Guía docente**

Materia

6. Gestión de Clientes y Cuentas Clave y Nuevos Modelos de Organización Comercial

Datos de la materia

| TIPO | ECTS | SEMESTRE | PRESENCIAL | IDIOMA |
|------|------|----------|------------|---------|
| OB | 6 | 2º | 0% | Español |

Contenidos de la
Materia

1. El contexto de las negociaciones comerciales entre proveedores y clientes; planteamiento, planificación y desarrollo de las negociaciones
2. Los nuevos modelos en las organizaciones comerciales
3. El personal de contacto con los clientes.
4. Key account management y fuerzas de acción comercial.
5. El clients management y el claims management
6. Funciones y ventajas del Marketing Directo como sistema de marketing relacional; la planificación de acciones en marketing directo.

Resultados de
Aprendizaje de la
Materia

- A. Conocimiento del contexto de las negociaciones comerciales entre proveedores y clientes; planteamiento, planificación y desarrollo de las negociaciones.
- B. Identificación de dos nuevos modelos en las organizaciones comerciales
- C. Conocimiento de las técnicas del personal de contacto con los clientes.
- D. Identificación del Key account management y de las fuerzas de acción comercial.
- E. Conocimiento del clients management y del claims management.
- F. Dominio de las funciones y ventajas del Marketing Directo como sistema de marketing relacional; la planificación de acciones en marketing directo.

Competencias

Básicas

CB09

Generales

CG2

Transversales

-

Específicas

CE02, CE05, CE06, CE08

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|
| Actividades Formativas de la Materia | <p style="text-align: center;">1.</p> <p>Actividades Teóricas</p> <p>Cada unidad contiene:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos. 2. Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos. 3. Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos. 4. Test de auto evaluación de 40 preguntas. | <p style="text-align: center;">2.</p> <p>Actividades Prácticas</p> <p>Cada unidad contiene:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Audiovisual descriptivo de los casos prácticos. 2. Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver. 3. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver. 4. Solucionario del Caso práctico 1 5. Solucionario del Caso práctico 2 | <p style="text-align: center;">3.</p> <p>Actividades Individuales</p> <p>La materia comporta: Una propuesta de trabajo individual, alternativo al grupal, a realizar a través de un aplicativo específico.</p> <p>O alternativamente, Una propuesta de simulación individual, alternativa a la grupal, a realizar a través del aplicativo específico.</p> | <p style="text-align: center;">4.</p> <p>Actividades Colaborativas</p> <p>La materia comporta: Una propuesta de trabajo en grupo, alternativo al individual, a realizar a través del aplicativo específico.</p> <p>O alternativamente, Una propuesta de simulación en grupo, alternativa a la individual, a realizar a través del aplicativo específico.</p> | <p style="text-align: center;">5.</p> <p>Actividades Participativas</p> <p>La materia comporta: Una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres items y a realizar a través del Foro de debate on-line.</p> |
| Sistemas de Evaluación de la Materia | <p style="text-align: center;">1.</p> <p>Prueba Presencial: Test de 40 preguntas Valor ponderado: 30% del total</p> | <p style="text-align: center;">2.</p> <p>Prueba Presencial: 2 Casos prácticos Valor ponderado: 30% del total</p> | <p style="text-align: center;">3.</p> <p>Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total</p> | <p style="text-align: center;">4.</p> <p>Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total</p> | <p style="text-align: center;">5.</p> <p>Informe de Valoración: 10 Items . Valor ponderado: 10% del total</p> |
| Profesor/a | Dr. Héctor Izquierdo Triana | | | | |