UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: FAD0050
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: AMPUERO VELASQUEZ FRANCISCO XAVIER
Correo electrónico: fampuero@uazuay.edu.ec

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64				64

Prerrequisitos:

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

2. Descripción y objetivos de la materia

Se presenta el tema de la Gerencia de Ventas, como un resumen general de las obligaciones y las responsabilidades de los responsables de ventas, en el contenido de la materia también se señalan las tendencias actuales de la administración de la fuerza de ventas, se presentan los aspectos fundamentales del entorno externo y interno de las ventas, se repasan las decisiones básicas necesarias para formular el plan de ventas, se presenta un resumen general de las determinantes del desempeño de las ventas y el diseño de los programas de capacitación.

Esta materia le aporta al Ingeniero Comercial los fundamentos para estructurar una área tan importante como es la de Servicio y Atención a los clientes al por mayor y menor, quienes son la razón fundamental de un negocio. Esta materia contribuye en gran medida a la formación del futuro profesional.

Al impartirse esta materia al final de la carrera, el estudiante aplicará sus conocimientos estratégicos aprendidos en los ciclos anteriores, por lo que cuenta con las bases necesarias para iniciarse como futuro empresario-emprendedor.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Introducción a la administración comercial
1.2	La Tecnología en el Comercio
1.3	El liderazgo en el proceso comercial
1.4	Las Comercialización y la globalización
2.1	El proceso comercial
2.2	Formulación, aplicación y evaluación
2.3	El ambiente externo en la organización comercial
2.4	El ambiente interno en la organización comercial
3.1	El potencial del mercado
3.2	Pronóstico y cuota de Ventas
3.3	La Fuerza de Ventas

3.4	Análisis de los resultados para la toma de decisiones
4.1	Características técnicas de un vendedor
4.2	Características personales de un vendedor
4.3	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas
4.4	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas
5.1	Objetivos, técnicas y evaluación
5.2	Programa de Capacitación para el Área Comercial
5.3	Ejecución del plan de capacitación

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.	
-Crear estrategias comerciales	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
ah. Realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución.	
-Generar valor en los productos o servicios	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas.	
-Determinar número de vendedores	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
av. Diseñar programas de ventas	
-¿ Fijar los objetivos comerciales en concordancia al Plan Estratégico y de Marketing, desarrollar un Plan de ventas que presente la estructura más adecuada para lograrlos, gestionar y administrar los recursos y aplicar los controles necesarios para evitar distorsiones.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
aw. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización	
-¿ Conocer las mejores y más actuales prácticas comerciales y de manejo de canales de distribución, para liderar, incluir y motivar, según el perfil y las	-Evaluación escrita -Evaluación oral

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
características propias de cada canal, para que se alineen a la Misión y Visión y al cumplimiento de metas.	-Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
ax. Creación de planes de atención y servicio al cliente	
-¿ De acuerdo al giro del negocio y basado en los Planes de la empresa, determinar los recursos necesarios (humanos, financieros, infraestructura, tecnológicos, etc.) para captar clientes y lograr su satisfacción y fidelidad.¿ Entender la sicología, comportamiento y actitud del personal de contacto con clientes (front office), para poder guiar y dirigir a este recurso tan importante y particular en la ruta correcta, para su beneficio propio y de la empresa, evitando prácticas ilegales y/o no éticas en su día a día.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
bg. Aplicar los modelos y técnicas de ventas más relevantes.	
-Crear procesos de ventas	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE	3	Semana: 2 (16-SEP-19 al 21-SEP-19)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos de estudio	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE	2	Semana: 4 (30-SEP-19 al 05-OCT-19)
Reactivos	Reactivos y Control de Lectura	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE	5	Semana: 5 (07-OCT-19 al 10-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	3	Semana: 8 (28-OCT-19 al 31-OCT-19)
Foros, debates, chats y otros	Participación en trabajos, dinámicas, videos, etc.	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	2	Semana: 10 (11-NOV-19 al 13-NOV-19)
Evaluación escrita	Prueba escrita sobre la materia	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	5	Semana: 11 (18-NOV-19 al 23-NOV-19)
Evaluación oral	Presentación y exposición de temas de la materia	Capacitación del Área Comercial	APORTE	3	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
Visitas técnicas	Visita Técnica a Área Comercial o de Ventas de Empresa Local	Capacitación del Área Comercial	APORTE	2	Semana: 14 (09-DIC-19 al 14-DIC-19)
Proyectos	Organización de Evento Comercial	Capacitación del Área Comercial	APORTE	5	Semana: 15 (16-DIC-19 al 21-DIC-19)
Evaluación oral	Exposición grupal sobre plan de ventas de empresa actual o nueva	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Informes	Informe final sobre el Plan de Ventas	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 19 (13-ENE-20 al 18-ENE-20)
Reactivos	Examen Supletorio con base a reactivos sobre la materia	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
STANTON WILLIAM J., BUSKIRK RICHARD H., SPIRO ROSANN L.,	McGraw Hill	VENTAS: CONCEPTOS, PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS	2001	9586007030
Barton A. Weitz ; Stephen B Castleberry	MacGraW Hill	Ventas construyendo sociedades	2004	
Manuel Artal Castells	Escuela superior de Gestión Comercial y Marketin Fecha de publicación: 2001	Dirección de ventas : organización del departamento de ventas y gestión de vendedores	2001	

Web

Software

Autor	Título	Url	Versión
Venmas	Plan De Ventas	www.venmas.com	II

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Lugo, José de	Editorial Talleres Gráficos ErS	Memorias de un Visitador Médico	1969	B004HO1M3O
Klaric, Jurgen	BiiA Internacional Publishing	Véndale a la Mente, No a la Gente	2014	978-6124684609
Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	McGraw-Hill	Administración de Ventas	2009	978-970-10-7282-0

Web

Autor	Título	Url
Varios Autores	Venmas	www.venmas.com
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	www.venmas.com
Virgilio Torres Morales	Administración en ventas	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.action?docID=3227906&query=ventas

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/09/2019

Estado: Aprobado