

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: MTC0018
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2022 a Agosto-2022
Profesor: AMPUERO VELASQUEZ FRANCISCO XAVIER
Correo electrónico: fampuero@uazuay.edu.ec

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	32	64	160

Prerrequisitos:

Código: MTC0001 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 e 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.

Gran parte de lo aprendido por el estudiante a lo largo de su carrera debería traducirse en adecuadas competencias para estructurar y manejar el proceso de venta con sus diferentes características, desde el entendimiento de la psicología del buen vendedor hasta la forma de mantenerlo adecuadamente motivado y remunerado para que sume su mayor esfuerzo en la consecución de los objetivos de la empresa.

Gerencia de Ventas es una materia que analiza las diferentes fases de planificación de ventas, como asignación de presupuestos y cuotas de ventas, con la finalidad que los ejecutivos en formación comprendan qué es una Estrategia de Ventas, cómo se estructura y cómo se traduce en un Plan Concreto de Ventas.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.1.	La Venta en el Siglo XXI y su aporte a la consecución de los ODS
1.2.	Características del Vendedor
1.3.	Pasos de la Venta
1.4.	Tipología del Cliente
1.5.	Técnicas Modernas de Negociación y Ventas
2.1.	La Gerencia Comercial en la empresa moderna: Marketing, Ventas y ATC
2.2.	Actividades de la Gerencia Comercial en el siglo XXI

2.3.	El Gerente de Comercial del futuro y su preocupación por los ODS
2.4.	Características y requisitos mínimos del Gerente Comercial
2.5.	Administración Estratégica de un Equipo de Comercial
3.1.	Organización de un equipo de ventas
3.2.	Elaboración del Perfil y Captación de Vendedores
3.3.	Selección de Solicitantes
3.4.	Contratación y Socialización de Nuevos Vendedores
3.5.	Desarrollo y Ejecución de un Programa de Formación de Vendedores
4.1.	Motivación de un Equipo de Ventas
4.2.	Compensación del Equipo de VentaS
4.3.	Gastos y Transporte del Equipo de Ventas
4.4.	Liderazgo y Supervisión de un equipo de ventas
4.5.	Moral del Equipo de Ventas
5.1.	Naturaleza de la administración de ventas
5.2.	Tareas de la administración de ventas
5.3.	Cuotas de ventas
5.4.	Territorio de ventas

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

CCO. Maneja adecuadamente la gestión integral del cliente y entiende el comportamiento del consumidor.

Evidencias

-Crea planes de atención y servicio al cliente	-Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Diseña canales de distribución acorde al mercado de la organización	-Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Diseña programas de ventas	-Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Conceptos Gerencia Comercial dentro del Currículo y Silabo Académico	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	3	Semana: 1 (21-MAR-22 al 26-MAR-22)
Foros, debates, chats y otros	Debate sobre la Dinámica de Supervivencia en el Desierto	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	2	Semana: 2 (28-MAR-22 al 02-ABR-22)
Reactivos	Reactivos Pruebas con herramientas tecnológicas.	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	5	Semana: 4 (12-ABR-22 al 14-ABR-22)
Trabajos prácticos - productos	Funciones, Estilos de Liderazgo y Administración de Ventas.	La Administración de un Equipo de Ventas	APORTE	3	Semana: 6 (25-ABR-22 al 30-ABR-22)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estrategia y Crecimiento Comercial. Caso JUVASA. Caso LAVIASA.	La Administración de un Equipo de Ventas	APORTE	2	Semana: 8 (09-MAY-22 al 14-MAY-22)
Reactivos	Reactivos Pruebas con herramientas tecnológicas.	La Administración de un Equipo de Ventas	APORTE	5	Semana: 10 (24-MAY-22 al 28-MAY-22)
Proyectos	Proyecto Empresarial (Evento o Visita Técnica)	Organización de Equios de Ventas	APORTE	2	Semana: 12 (06-JUN-22 al 11-JUN-22)
Foros, debates, chats y otros	Elección de un Gerente Comercial para la Organización del Área	Organización de Equios de Ventas	APORTE	3	Semana: 14 (20-JUN-22 al 25-JUN-22)
Evaluación oral	Exposición Plan de Marketing de Empresa Local y Temas Plan de Ventas	Organización de Equios de Ventas	APORTE	5	Semana: 16 (04-JUL-22 al 09-JUL-22)
Informes	Informe y Presentación del Plan de Ventas de una Empresa Local Real	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Planificación de las Ventas	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (10-07-2022 al 23-07-2022)
Reactivos	Prueba acumulativa con base en reactivos.	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Administración de un Equipo de Ventas, La Planificación de las Ventas, Organización de Equios de Ventas, Principios y Estrategias de la Venta Personal	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (24-07-2022 al 30-07-2022)
Reactivos	Prueba acumulativa con base en reactivos.	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Administración de un Equipo de Ventas, La Planificación de las Ventas, Organización de Equios de Ventas, Principios y Estrategias de la Venta Personal	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
El estudiante, de forma individual, desarrollará prácticas y participará en foros relacionados con los contenidos de cada capítulo. Además, realizará actividades grupales intermedias que lo preparan para el trabajo final la preparación de un plan comercial, que incluye marketing y ventas, como instrumento de evaluación.	Autónomo
Se utilizará la metodología denominada "Clase Invertida", en la cual, el estudiante deberá revisar, con antelación, el material proporcionado por el docente (artículos, fragmentos de textos, videos, páginas Web, presentaciones, etc.). Posteriormente, deberá participar activamente en las sesiones subsiguientes que servirán exclusivamente para responder preguntas y aclarar dudas.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
El trabajo autónomo se calificará de acuerdo a la participación activa en foros, el desarrollo adecuado de las prácticas y la respuesta apropiada a las preguntas de casos de estudio, tanto durante la materia como en los cuestionarios de evaluación y auto-evaluación.	Autónomo
Se valorará la participación en clase, con preguntas y aportes pertinentes, sobre todo en los debates que se preparen para el efecto. En la exposición oral se evaluará el cumplimiento de las normas de un buen expositor, la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de la audiencia. En las presentaciones, se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas y lo indicado en el párrafo anterior. Para los trabajos prácticos, se calificará la secuencia lógica de los temas incluidos, la pertinencia del contenido y la construcción adecuada de la información por tema, el buen uso de las normas de redacción científica, ortografía y de los requerimientos de publicación.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Salvio Martínez, Fernando	Editorial Trillas	Manual del Administrador de Ventas	2009	978-607-17-0071-1
STANTON WILLIAM J., BUSKIRK RICHARD H., SPIRO ROSANN L., Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	McGraw Hill	VENTAS: CONCEPTOS, PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS	2001	9586007030
	McGraw-Hill	Administración de Ventas	2009	978-970-10-7282-0

Web

Autor	Título	Url
Jorge Eliecer Prieto	Gerencia de Ventas	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/reader.action?docID=10584356

Software

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

Web

Autor	Título	Url
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	www.venmas.com

Software

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

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **16/03/2022**

Estado: **Aprobado**