

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: MTC0018
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2024 a Junio-2024
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.	Principios y Estrategias de la Venta Personal
1.1.	De la Gestión de Ventas a la Gestión Comercial: Alcances, Campos de Acción, Saberes y Principios
1.2.	Paradigmas y Conceptos sobre La Venta en el Siglo XXI frente a las Necesidades Ilimitadas
1.3.	Relación del Buen Mercadeo con las Ventas: Vendedor y Cliente Correctos Frente a Frente
1.4.	Técnicas Modernas de Negociación y Ventas: Embudo de Ventas, Factor AME, Venta Consultiva, SPIN Selling
1.5.	Características del Vendedor, Pasos de la Venta y Tipologías de Clientes
2.	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas

2.1.	Introducción a la Administración de Ventas: Actividades y Funciones de Gerencia o Dirección Comercial
2.2.	El Gerente Comercial del Presente: ODS, TIC's, ERP, CRM e Inteligencia Artificial
2.3.	Liderazgo y Comunicación para Gerentes Comerciales
2.4.	Coaching para Desarrollo de Equipos de Ventas
2.5.	Técnicas Motivacionales para Vendedores
3.	Planificación Comercial
3.1.	El Plan de Mercadeo como base del Programa de Ventas: Análisis del Entorno, Investigación de Mercado, Mercadeo Estratégico y Operativo
3.2.	Demanda Total, Histórico de Ventas y Participación de Mercado Actual: Métodos de Cálculo
3.3.	Demanda Potencial, Previsión de Ventas y Participación de Mercado Esperado: Métodos de Cálculo
3.4.	Cuotas de Ventas por Área y Metas Individuales por Número de Vendedores Requeridos
3.5.	Territorialización y Rutas Óptimas para la Consecución de Cuotas y Metas
4.	Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución
4.1.	Estructura Óptima de la Unidad Comercial: Tipos de Organigramas Internos y Canales de Distribución
4.2.	Perfiles de Cargos y Procesos para Contratación y Capacitación del Personal Comercial y Distribuidores
4.3.	Salarios, Comisiones y Compensaciones Monetarias y No Monetarias para el Personal Comercial y Distribuidores
4.4.	Liderazgo Compartido, Motivación, Merchandising, Material de Apoyo y Promociones de Venta
4.5.	Presupuestos de Ventas para Análisis y Control Cuantitativo, de Costos y Comportamental
5.	Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente
5.1.	El Poder del Comportamiento y los 10 Mandamientos de la Atención y el Servicio al Cliente
5.2.	Filosofía, Pensamiento o Cultura Organizacional orientada al Cliente
5.3.	Políticas, Procedimientos, Mediciones e Indicadores de Atención y Servicio al Cliente
5.4.	Front Office y Back Office. Contact Center. Redes Sociales. Áreas de apoyo (Limpieza, Vigilancia, etc.)

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
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos
-Visitas técnicas

-Diseña canales de distribución acorde al mercado de la organización

-Evaluación oral
-Foros, debates, chats y otros
-Informes
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos
-Visitas técnicas

-Diseña programas de ventas

-Evaluación oral
-Foros, debates, chats y otros
-Informes
-Reactivos
-Resolución de ejercicios, casos y otros

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia
Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

- Trabajos prácticos -
productos
- Visitas técnicas

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Conceptos Gerencia Comercial dentro del Currículo y Sílabo Académico	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	3.3	Semana: 1 (01-MAR-24 al 02-MAR-24)
Foros, debates, chats y otros	Foro sobre el Clientes y Vendedores Correctos en el Siglo XXI	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	2.3	Semana: 2 (04-MAR-24 al 09-MAR-24)
Reactivos	Reactivos Pruebas con herramientas tecnológicas.	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	4.4	Semana: 4 (18-MAR-24 al 23-MAR-24)
Trabajos prácticos - productos	Funciones, Estilos de Liderazgo y Administración de Ventas.	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas	APORTE	3.3	Semana: 5 (25-MAR-24 al 28-MAR-24)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estrategia y Crecimiento Comercial. Caso JUVASA. Caso LAVIASA.	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas	APORTE	2.3	Semana: 6 (01-ABR-24 al 06-ABR-24)
Reactivos	Reactivos Pruebas con herramientas tecnológicas.	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas	APORTE	4.4	Semana: 8 (15-ABR-24 al 20-ABR-24)
Foros, debates, chats y otros	Elección de un Gerente Comercial para la Organización del Área	Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	APORTE	3.3	Semana: 10 (29-ABR-24 al 04-MAY-24)
Visitas técnicas	Proyecto Empresarial (Evento o Visita Técnica)	Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	APORTE	2.3	Semana: 12 (13-MAY-24 al 18-MAY-24)
Evaluación oral	Exposición Plan de Marketing de Empresa Local y Temas Plan de Ventas	Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	APORTE	4.4	Semana: 14 (27-MAY-24 al 01-JUN-24)
Evaluación oral	Presentación del Programa de Ventas y Mejora de ATC de una Empresa Local Real	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas, Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Principios y Estrategias de la Venta Personal, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	EXAMEN	10	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Informes	Informe del Plan Comercial de una Empresa Local Real	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas, Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Principios y Estrategias de la Venta Personal, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	EXAMEN	10	Semana: 16 (10-JUN-24 al 11-JUN-24)
Reactivos	Prueba acumulativa con base en reactivos.	Administración Estratégica de un Equipo de Ventas, Organización, Dirección y Control de Equipos de Ventas y Canales de Distribución, Planificación Comercial, Principios y Estrategias de la Venta Personal, Programa de Mejora de la Atención y el Servicio al Cliente	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
METODOLOGÍA PARA LA APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONOCIMIENTO ADQUIRIDO PARA LA GENERACIÓN DE PROPUESTAS: Durante el curso, se realizarán tareas y actividades prácticas, individuales y grupales. Al final y en grupos, se desarrollará un caso de estudio de una empresa exitosa a nivel nacional o internacional, para que los estudiantes las conozcan y estén en capacidad de plantear mejoras en su proceso administrativo. 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 con base en el método de caso práctico y aprendizaje con base en problemas con la guía del profesor, como instrumento de evaluación.	Autónomo
METODOLOGÍA DE TRANSMISIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO CON BASE EN LA TEORÍA: Se iniciará con una introducción teórica al emprendimiento que abordará temas como los conceptos de administración y empresa, el proceso administrativo, la planificación, la organización, la dirección y el control, entre otras.	Total docencia
METODOLOGÍA PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE COMPRENSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PARTICIPANTES: A partir de la introducción teórica, se analizará y se discutirá el libro guía, la bibliografía complementaria con capítulos y artículos de diversos autores y el material de apoyo (casos de estudio, videos, fragmentos de películas, etc.), usando foros, debates y dinámicas.	

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. En las presentaciones, se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas. Se valorará la participación, con preguntas y aportes pertinentes, sobre todo en los foros y debates que se preparen para el efecto.	Autónomo
Para los trabajos prácticos y las presentaciones, 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. . 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.	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.,	McGraw Hill	VENTAS: CONCEPTOS, PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS	2001	9586007030
Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	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
Klaric, Jurgen	BiiA Internacional Publishing	Véndale a la Mente, No a la Gente	2014	978-6124684609
Escamilla, Miguel	Tesis Doctoral de la Universidad de Valencia, España	La Formación en Ventas - Dos Enfoques Distintos: Una Visión Estratégica (Dirección) y Otra Operativa (Vendedores)	2012	
Prieto Herrera, Jorge Eliécer	Ecoe Ediciones Ltda.	Gerencia de Ventas, Sea un Animador de sus Vendedores	2008	978-958-648-560-9

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Torres Morales, Virgilio	Grupo Editorial Patria, S.A. Administración de Ventas de C.V.		2014	978-607-438-858-9

Web

Autor	Título	Url
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	www.venmas.com
Torres, David	Ética en las ventas: qué es, principios y ejemplos	https://blog.hubspot.es/sales/etica-ventas
HubSpot	Tendencias En Ventas para 2023	https://blog.hubspot.es/

Software

Autor	Título	Url	Versión
Venmas	Plan De Ventas	www.venmas.com	II
HubSpot	Plataforma de cliente con todas las integraciones y los recursos que necesitas para conectar tus equipos de marketing, ventas, gestión de contenido y servicio al cliente.	https://www.hubspot.es/	

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Robayo, Gabriel	Revista Ekos	El ADN de los CEO en Ecuador	2011	http://www.
Deloitte	Deloitte Touche	La Ética ¿Concepto o Forma de Vida?	2016	null
Ampuero Velásquez,	null	Formando Nuevos Empresarios	2018	http://revistas.esPOCH.
Ampuero Velásquez, F.	Estudios De La Gestión:	Competencias de innovación en entornos	2020	https://doi.org/10.
Gitomer, Jeffrey	Prentice Hall	Artículo sobre El Pequeño Libro Rojo de las	2006	null

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **21/02/2024**

Estado: **Aprobado**