



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: AEM0017
Paralelo: F
Periodo: Agosto-2024 a Diciembre-2024
Profesor: VERA REINO JOSE LEONARDO
Correo electrónico: jvera@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	56	120

Prerrequisitos:

Código: FAM0009 Materia: MARKETING

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.

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.

Esta materia le aporta al profesional en Marketing 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.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1	Introducción a la Administración de las ventas del Siglo XXI
1.01	La administración de ventas en el siglo XXI
1.02	Qué implica la administración de ventas
1.03	Factores del entorno que afectan el éxito en las ventas
2	El proceso de Ventas y la Organización de la Fuerza de Ventas.
2.01	Etapas del proceso de ventas
2.02	Función de las ventas personales en la mezcla de comunicación de marketing

2.03	Propósitos de la organización de ventas
2.04	Estructura vertical de la organización de ventas
2.05	Estructura horizontal de la fuerza de ventas
3	La función estratégica de la información en la administración de ventas
3.01	Usos de la información para la planeación y toma de decisiones de los administradores
3.02	Métodos para pronosticar las ventas
3.03	Cómo establecer las cuotas
3.04	Cómo diseñar los territorios de ventas
3.05	Cómo determinar el tamaño de la fuerza de ventas
4	Características personales, Capacitación y Compensación e Incentivos para vendedores
4.01	Características de los vendedores exitosos
4.02	Objetivos y Temas para la capacitación de ventas
4.03	Sólo salario, sólo comisión y planes combinados
4.04	Funcionamiento de los programas de compensaciones e incentivos
5	Evaluación del Desempeño del vendedor
5.01	Desempeño versus eficacia / Mediciones Objetivas
5.02	Mediciones Subjetivas

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

u. Asesora y aporta a la toma de decisiones empresariales.

Evidencias

-Diseña programas de ventas, Diseña canales de distribución acorde al mercado de la organización y Crea planes de atención y servicio al cliente

-Evaluación escrita
-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Proyectos	Evaluación practica	El proceso de Ventas y la Organización de la Fuerza de Ventas. , Introducción a la Administración de las ventas del Siglo XXI	APORTE	5	Semana: 5 (23/09/2024 al 28/09/2024)
Trabajos prácticos - productos	Evauación conocimientos	El proceso de Ventas y la Organización de la Fuerza de Ventas. , Introducción a la Administración de las ventas del Siglo XXI	APORTE	5	Semana: 5 (23/09/2024 al 28/09/2024)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Evaluacion de conocimientos	Características personales, Capacitación y Compensación e Incentivos para vendedores , La función estratégica de la infirmación en la adminitración de ventas	APORTE	5	Semana: 10 (28/10/2024 al 31/10/2024)
Trabajos prácticos - productos	Evaluación conocimientos	Características personales, Capacitación y Compensación e Incentivos para vendedores , La función estratégica de la infirmación en la adminitración de ventas	APORTE	5	Semana: 10 (28/10/2024 al 31/10/2024)
Evaluación escrita	Evaluación de conocimientos	Evaluación del Desempeño del vendedor	APORTE	5	Semana: 14 (25/11/2024 al 30/11/2024)
Trabajos prácticos - productos	Evaluación de conocimientos	Evaluación del Desempeño del vendedor	APORTE	5	Semana: 14 (25/11/2024 al 30/11/2024)
Trabajos prácticos - productos	Evaluación de contenidos general	Evaluación del Desempeño del vendedor , Características personales, Capacitación y Compensación e Incentivos para vendedores , El proceso de Ventas y la Organización de la Fuerza de Ventas. , Introducción a la Administración de las ventas del Siglo XXI, La función estratégica de la infirmación en la adminitración de ventas	EXAMEN	20	Semana: 15 (02/12/2024 al 03/12/2024)
Evaluación escrita	Evaluación general de conocimientos	Evaluación del Desempeño del vendedor , Características personales, Capacitación y Compensación e Incentivos para vendedores , El proceso de Ventas y la Organización de la Fuerza de Ventas. , Introducción a la Administración de las ventas del Siglo XXI, La función estratégica de la infirmación en la adminitración de ventas	SUPLETORIO	20	Semana: 17-18 (15-12-2024 al 21-12-2024)

Metodología

Descripción	Tipo horas
- Revisión de estudios	Autónomo
- Revisión de fundamento teórico	
- Resolución de casos	
- Desarrollo de proyectos	Total docencia
- Exposición y explicación de temas base	
- Resolución de matrices y ejercicios.	
- Ejemplificación práctica	
- Guía y orientación en proyectos	

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
- Proceso de resolución y resultado	Autónomo
- Dominio e integración de conocimientos.	
- Profundidad de Análisis/Investigación	
- Planteamiento de Conclusiones	
- Calidad de fuente	
- Proceso de resolución y resultado Total docencia	Total docencia
- Dominio e integración de conocimientos.	
- Profundidad de Análisis/Investigación	
- Planteamiento de Conclusiones	

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Allen P.	Edaf Madrid	Ventas y dirección de ventas	1975	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Mark W. Johnston Greg W. Marshall	McGRAW- HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.	Administración de ventas	2009	978-970-10-7282-0
Mike Weinberg	Amacom	Sales Management. Simplified.	2013	978-0-71808-690-9

Web

Autor	Título	Url
ESTEBAN VILLAGRÁN S.	TÉCNICAS DE VENTAS Y COMUNICACIÓN COMERCIAL	https://drive.google.com/file/d/0B4pATJ_lrlUiuVVRveUFZQ1EzNzA/view?resourcekey=0-mSRCHmZ10gQSeg5C2iE0Ww
Leader Selling	Digital Selling	https://leaderselling.com/revistas-marketing-ventas-digital/

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 17/08/2024

Estado: Aprobado