UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: MTC603
Paralelo: A
Periodo : Febrero-2025 a Junio-2025
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	
48	0	16	80	144

Prerrequisitos:

Código: MTC501 Materia: COMUNICACIONES INTEGRADAS DE 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 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 sicología 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.	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.	La Administración de un Equipo de 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 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 Comercial
3.	Organización de Equipos de Ventas
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.	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas
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.	La Planificación de las 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	Evidencias
af. Administrar Organizaciones y manejar las competencias prospectivas y gerenciales.	
-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 oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Visitas técnicas
ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.	
-Crear estrategias comerciales.	-Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -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 oral -Foros, debates, chats y otros -Informes

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
	-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 oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -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 oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -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	Conceptos Gerencia Comercial dentro del Currículo y Silabo Académico	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	3.3	Semana: 1 (17/02/2025 al 22/02/2025)
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 (24/02/2025 al 01/03/2025)
Reactivos	Pruebas con herramientas tecnológicas	Principios y Estrategias de la Venta Personal	APORTE	4.4	Semana: 4 (10/03/2025 al 15/03/2025)
Trabajos prácticos - productos	Funciones, Estilos de Liderazgo y Administración de Ventas.	La Administración de un Equipo de Ventas, Organización de Equipos de Ventas	APORTE	3.3	Semana: 6 (24/03/2025 al 29/03/2025)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estrategia y Crecimiento Comercial. Organización del Área de Ventas. Caso JUVASA. Caso LAVIASA	La Administración de un Equipo de Ventas, Organización de Equipos de Ventas	APORTE	2.3	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Reactivos	Pruebas con herramientas tecnológicas	La Administración de un Equipo de Ventas, Organización de Equipos de Ventas	APORTE	4.4	Semana: 10 (21/04/2025 al 23/04/2025)
Foros, debates, chats y otros	Elección de un Gerente Comercial	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Planificación de las Ventas	APORTE	3.3	Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025)
Evaluación oral	Exposición Temas Plan Comercial	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Planificación de las Ventas	APORTE	4.4	Semana: 14 (19/05/2025 al 24/05/2025)
Visitas técnicas	Proyecto Empresarial (Evento o Visita Técnica)	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Planificación de las Ventas	APORTE	2.3	Semana: 14 (19/05/2025 al 24/05/2025)
Informes	Plan Comercial de una Empresa Local Real	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Administración de un Equipo de Ventas, La Planificación de las Ventas, Organización de Equipos de Ventas, Principios y Estrategias de la Venta Personal	EXAMEN	10	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
Reactivos	Pruebas con herramientas tecnológicas	Dirección de Operaciones de un Equipo de Ventas , La Administración de un Equipo de Ventas, La Planificación de las Ventas, Organización de Equipos de Ventas, Principios y Estrategias de la Venta Personal	EXAMEN	10	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
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 Equipos de Ventas, Principios y Estrategias de la Venta Personal	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. 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.	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. 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	958-600-703-0
Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	McGraw-Hill	Administración de Ventas	2009	978-970-10-7282-0

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Torres Morales, Virgilio	Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.	Administración de Ventas	2014	978-607-438-858-9
Weinberg, Mark	Grupo Nelson	Gerencia de Ventas. Simplificada	2017	978-0-71808-690-9
Klaric, Jurgen	BiiA Internacional Publishing	Véndale a la Mente, No a la Gente	2014	978-6124684609

Web

Autor	Título	Url
Torres, David	Ética en las ventas: qué es, principios y ejemplos	https://blog.hubspot.es/sales/etica-ventas
Leader Selling	Digital Selling	https://leaderselling.com/revistas-marketing-ventas-digital/
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	www.venmas.com
HubSpot	Blog de Marketing, Ventas y Servicio al Cliente	https://blog.hubspot.es/

Software

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

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Deloitte	Deloitte Touche	La Ética ¿Concepto o Forma de Vida?	2016	null
Robayo, Gabriel	Revista Ekos	El ADN de los CEO en Ecuador	2011	http://www.
Ampuero Velásquez,	MKT Descubre - Revista	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: 10/02/2025

Estado: Aprobado