



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: FAD0050
Paralelo: F
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO
Correo electrónico: mrios@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
1.01.	Introducción a la administración comercial
1.2	La Tecnología en el Comercio
1.02.	La Tecnología en el Comercio
1.3	El liderazgo en el proceso comercial
1.03.	El liderazgo en el proceso comercial
1.4	Las Comercialización y la globalización
1.04.	Las Comercialización y la globalización
2.1	El proceso comercial
2.01.	El proceso comercial
2.2	Formulación, aplicación y evaluación

2.02.	Formulación, aplicación y evaluación
2.3	El ambiente externo en la organización comercial
2.03.	El ambiente externo en la organización comercial
2.4	El ambiente interno en la organización comercial
2.04.	El ambiente interno en la organización comercial
3.1	El potencial del mercado
3.01.	El potencial del mercado
3.2	Pronóstico y cuota de Ventas
3.02.	Pronóstico y cuota de Ventas
3.3	La Fuerza de Ventas
3.03.	La Fuerza de Ventas
3.4	Análisis de los resultados para la toma de decisiones
3.04.	Análisis de los resultados para la toma de decisiones
4.1	Características técnicas de un vendedor
4.01.	Características técnicas de un vendedor
4.2	Características personales de un vendedor
4.02.	Características personales de un vendedor
4.3	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas
4.03.	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas
4.4	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas
4.04.	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas
5.1	Objetivos, técnicas y evaluación
5.01.	Objetivos, técnicas y evaluación
5.2	Programa de Capacitación para el Área Comercial
5.02.	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
-Trabajos prácticos -
productos

ah. Realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución.

-Generar valor en los productos o servicios

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

ar. Estimular la capacidad de análisis y resolución de problemas.

-Determinar número de vendedores

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

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
-Trabajos prácticos -
productos

aw. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
-¿ 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 características propias de cada canal, para que se alineen a la Misión y Visión y al cumplimiento de metas.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
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 psicología, 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 -Trabajos prácticos - productos
bg. Aplicar los modelos y técnicas de ventas más relevantes.	
-Crear procesos de ventas	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Evaluación individual	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE 1	10	Semana: 5 (17-ABR-17 al 22-ABR-17)
Evaluación escrita	Evaluación individual	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	10	Semana: 10 (22-MAY-17 al 27-MAY-17)
Trabajos prácticos - productos	Presentación, grupal individual, formal	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 3	10	Semana: 15 (26-JUN-17 al 01-JUL-17)
Evaluación escrita	Evaluación individual	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Evaluación escrita	Evaluación individual	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

Criterios de evaluación

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

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	Url
Luis G. Renart	Marketing Relacional "Café para todos"	http://site.ebrary.com/lib/uaswaysp/reader.action?docID=10063692
Jorge Eliecer Prieto	Gerencia de Ventas	http://site.ebrary.com/lib/uaswaysp/reader.action?docID=10584356

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2017**

Estado: **Aprobado**