UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS

Código: FAD0050

Paralelo:

Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017

Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO

Correo electrónico mrios@uazuay.edu.ec

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

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.

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.

3. Contenidos

1	**Gerencia Comercial**
1.1	Introducción a la administración comercial (2 horas)
1.2	La Tecnología en el Comercio (2 horas)
1.3	El liderazgo en el proceso comercial (2 horas)
1.4	Las Comercialización y la globalización (2 horas)
2	**Administración Comercial**
2.1	El proceso comercial (4 horas)
2.2	Formulación, aplicación y evaluación (4 horas)
2.3	El ambiente externo en la organización comercial (4 horas)
2.4	El ambiente interno en la organización comercial (4 horas)
3	**La Estrategia Comercial**
3.1	El potencial del mercado (3 horas)
3.2	Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas)
3.3	La Fuerza de Ventas (3 horas)
3.4	Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas)
4	**Organización del Área Comercial**
4.1	Características técnicas de un vendedor (4 horas)
4.2	Características personales de un vendedor (4 horas)
4.3	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas)
4.4	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas)

5	Capacitación del Área Comercial
5.1	Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas)
5.2	Programa de Capacitación para el Área Comercial (4 horas)
5.3	Ejecución del plan de capacitación (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
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 -Informes -Informes -Proyectos -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos
aw. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización	
-¿ 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 -Evaluación oral -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -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 sicología, 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 -Foros, debates, chats y otros -Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Reactivos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE 1	4	Semana: 2 (27/03/17 al 01/04/17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos de estudio	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE 1	1	Semana: 4 (10/04/17 al 12/04/17)
Reactivos	Reactivos y Control de Lectura Libro Memorias de un Visitador Médico	Administración Comercial, Gerencia Comercial	APORTE 1	5	Semana: 6 (24/04/17 al 29/04/17)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	4	Semana: 8 (08/05/17 al 13/05/17)
Foros, debates, chats y otros	Participación en trabajos, dinámicas, videos, etc.	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	1	Semana: 9 (15/05/17 al 17/05/17)
Reactivos	Prueba con base en reactivos sobre la materia	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	5	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Evaluación oral	Presentación y exposición de temas de la materia	Capacitación del Área Comercial	APORTE 3	4	Semana: 11 (29/05/17 al 03/06/17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos de estudio	Capacitación del Área Comercial	APORTE 3	1	Semana: 13 (12/06/17 al 17/06/17)
Proyectos	Organización de un Evento Academico	Capacitación del Área Comercial	APORTE 3	5	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Informes	Entrega y presentación del plan de ventas de una empresa real	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Reactivos	Examen final con base a reactivos sobre la materia	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Reactivos	Supletorio con base a reactivos sobre la materia	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

·Se llevará a cabo un diálogo entre profesor y alumno respecto al material asignado (lecturas previas sobre temas a discutir), el cual tendrá como finalidad: ·Aclarar dudas sobre el material. ·Criticar a los autores en aspectos específicos. ·Efectuar aportaciones a la ciencia (desarrollar el material). ·Profundizar en aplicaciones que se hayan efectuado o que se pudieran llegar a efectuar en Ecuador. ·Dinámicas de clase: juegos didácticos, competencias entre equipos, análisis introspectivos, etc. ·Se analizarán casos ilustrativos respecto a los diferentes temas relacionado a la creación de empresas cubiertos por el libro guía y los textos recomendados. ·Todos los equipos desarrollarán los casos señalados, preparando para ello un reporte escrito de su solución. Se pedirá a cada equipo que participe en el plenario para presentación de los factores más relevantes de su solución, formando dicha participación parte de la evaluación. ·Exposición del alumno sobre determinados temas. ·Trabajos de investigación documental y de campo, y la presentación de reportes. ·Desarrollo y presentación de un trabajo final. Para el desarrollo de la Asignatura se utilizarán los métodos siguientes: ·Clase magistral ·Clase teórico – práctica ·Trabajo autónomo ·Trabajo colaborativo ·Trabajo práctico en talleres ·Debate ·Análisis de casos.

Criterios de Evaluación

·En todas las pruebas y lecciones escritas se calificarán las respuestas, considerando coherencia y certeza en la aplicación de razonamientos. En la exposición de los trabajos de investigación se evaluará la fluidez del expositor y el buen uso de ayudas audiovisuales. ·En todos los trabajos escritos (ensayos, proyectos, presentaciones en Power Point, etc.) se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia, el contenido y la ausencia de copia textual. Trabajos entregados con una clase de retraso tendrán un valor del 50% de su nota nominal; pasada esa fecha, los trabajos extemporáneos no serán receptados. ·El trabajo final, el cual deberá ser presentado por escrito y sustentado en clase, corresponde a lo siguiente: ·En grupos de hasta 3 estudiantes, se presentará y se entregará impreso el Plan de Ventas que incluya formación y organización de sus fuerzas de ventas, la dirección de este equipo y la planificación del trabajo del mismo; podrá ser basado en una empresa real o una posible, basada en un Plan de Marketing realizado en materias anteriores ·El examen final contemplará contenidos de todos los capítulos estudiados, promediado con actividades prácticas, tales como: ·Todo el grupo deberá definir, organizar, llevar a cabo y comercializar un evento académico, donde evaluará la capacidad organizativa de un equipo de trabajo y de ventas, auspicios y la habilidad para mercadearlo para conseguir resultados aceptables.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN

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

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Homs, Ricardo	McGraw Hill	El Poder de la Negociación en la Venta	2003	
Lugo, José de	Editorial Talleres Gráficos ErS	Memorias de un Visitador Médico	1969	B004HO1M3O

Web

Autor	Título	URL
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	www.venmas.com
Varios Autores	Managers Magazine	www.managersmagazine.comwww.squidoo.com
Varios Autores	Venmas	www.venmas.com

Software

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

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **10/03/2017**

Estado: **Aprobado**

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS

Código: FAD0050

Paralelo:

Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017

Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO

Correo electrónico mrios@uazuay.edu.ec

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

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.

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.

3. Contenidos

1	Gerencia Comercial
1.1	Introducción a la administración comercial (2 horas)
1.2	La Tecnología en el Comercio (2 horas)
1.3	El liderazgo en el proceso comercial (2 horas)
1.4	Las Comercialización y la globalización (2 horas)
2	Administración Comercial
2.1	El proceso comercial (4 horas)
2.2	Formulación, aplicación y evaluación (4 horas)
2.3	El ambiente externo en la organización comercial (4 horas)
2.4	El ambiente interno en la organización comercial (4 horas)
3	La Estrategia Comercial
3.1	El potencial del mercado (3 horas)
3.2	Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas)
3.3	La Fuerza de Ventas (3 horas)
3.4	Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas)
4	Organización del Área Comercial
4.1	Características técnicas de un vendedor (4 horas)
4.2	Características personales de un vendedor (4 horas)
4.3	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas)
4.4	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas)
5	Capacitación del Área Comercial
5.1	Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas)
5.2	Programa de Capacitación para el Área Comercial (4 horas)
5.3	Ejecución del plan de capacitación (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
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 -Evaluación escrita -Informes -Informes -Proyectos -Proyectos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos
aw. Diseño de canales de distribución acorde al mercado de la organización	
-¿ 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 -Evaluación escrita -Evaluación oral -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Proyectos -Resolución de

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
	ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -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 sicología, 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 -Evaluación escrita -Foros, debates, chats y otros -Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Proyectos -Reactivos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos -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 (17/04/17 al 22/04/17)
Evaluación escrita	Evaluación individual	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	10	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
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 (26/06/17 al 01/07/17)
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

La clases serán teórico- práctico en donde el estudiante mediante trabajo y lecturas programadas demostrará su trabajo autónomo apoyado de las clases presenciales y cátedra del docente.

Criterios de Evaluación

En todos los trabajos escritos (ensayos, proyectos, presentaciones en Power Point, etc.) se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia, el contenido y la ausencia de copia textual. Trabajos entregados con una clase de retraso tendrán un valor del 50% de su nota nominal; pasada esa fecha, los trabajos extemporáneos no serán receptados.

En el trabajo final, se presentará el plan por escrito y la exposición oral del mismo, los cuales se evaluarán 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 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. En la presentación en Power Point se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas y lo indicado en el párrafo anterior.

5. 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

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	URL
Lluis G. Renart	Marketing Relacional "Café para todos"	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/reader.action?
Jorge Eliecer Prieto	Gerencia de Ventas	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/reader.action?

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/03/2017

Estado: Aprobado