



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

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: | | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 4 | | | | 4 |

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 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.

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

| | |
|-----------|---|
| 1.01. | Introducción a la administración comercial (4 horas) |
| 1.02. | La Tecnología en el Comercio (4 horas) |
| 1.03. | El liderazgo en el proceso comercial (2 horas) |
| 1.04. | Las Comercialización y la globalización (2 horas) |
| 2. | Administración Comercial |
| 2.01. | El proceso comercial (4 horas) |
| 2.02. | Formulación, aplicación y evaluación (4 horas) |
| 2.03. | El ambiente externo en la organización comercial (4 horas) |
| 2.04. | El ambiente interno en la organización comercial (4 horas) |
| 3. | La Estrategia Comercial |
| 3.01. | El potencial del mercado (3 horas) |
| 3.02. | Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas) |
| 3.03. | La Fuerza de Ventas (3 horas) |
| 3.04. | Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas) |
| 4. | Organización del Área Comercial |
| 4.01. | Características técnicas de un vendedor (4 horas) |
| 4.02. | Características personales de un vendedor (4 horas) |
| 4.03. | Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas) |
| 4.04. | Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas) |
| 5. | Capacitación del Área Comercial |

| | |
|-------|---|
| 5.01. | Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas) |
| 5.02. | Programa de Capacitación para el Área Comercial (4 horas) |
| 5.03. | Ejecución del plan de capacitación (0 horas) |

4. 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 escrita -Trabajos prácticos - productos |
| 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 |

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|------------|--------------|--|
| Evaluación escrita | Evaluación individual | Administración Comercial, El liderazgo en el proceso comercial, Introducción a la administración comercial, La Tecnología en el Comercio, Las Comercialización y la globalización | 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) |
| Evaluación escrita | Evaluación individual | Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, El liderazgo en el proceso comercial, Introducción a la administración comercial, La Estrategia Comercial, La Tecnología en el Comercio, Las Comercialización y la globalización, Organización del Área Comercial | APORTE 3 | 10 | Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17) |
| Trabajos prácticos - productos | Trabajo Integrador Final, individual | Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, El liderazgo en el proceso comercial, Introducción a la administración comercial, La Estrategia Comercial, La Tecnología en el Comercio, Las Comercialización y la globalización, 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, El liderazgo en el proceso comercial, Introducción a la administración comercial, La Estrategia Comercial, La Tecnología en el Comercio, Las Comercialización y la globalización, 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 |
|---|---|---|------|------|
| Manuel Artal Castells | Escuela superior de Gestión Comercial y Marketin Fecha de publicación: 2001 | Dirección de ventas : organización del departamento de ventas y gestión de vendedores | 2001 | |
| Barton A. Weitz ; Stephen B Castleberry | MacGraW Hill | Ventas construyendo sociedades | 2004 | |

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/03/2017**

Estado: **Aprobado**