UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS

Código: FAD0050

Paralelo:

Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019

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 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

01.	**Introducción a la Comercialización**
01.01.	Introducción a la administración comercial (4 horas)
01.02.	La Tecnología en el Comercio (4 horas)
01.03.	El liderazgo en el proceso comercial (2 horas)
01.04.	Las Comercialización y la globalización (2 horas)
02.	**Administración Comercial**
02.01.	El proceso comercial (4 horas)
02.02.	Formulación, aplicación y evaluación (4 horas)
02.03.	El ambiente externo en la organización comercial (4 horas)
02.04.	El ambiente interno en la organización comercial (4 horas)
03.	**La Estrategia Comercial**
03.01.	El potencial del mercado (3 horas)
03.02.	Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas)
03.03.	La Fuerza de Ventas (3 horas)
03.04.	Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas)
04.	**Organización del Área Comercial**
04.01.	Características técnicas de un vendedor (4 horas)
04.02.	Características personales de un vendedor (4 horas)
04.03.	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas)
04.04.	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas)

05.	Capacitación del Área Comercial
05.01.	Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas)
05.02.	Programa de Capacitación para el Área Comercial (4 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	individual	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización	APORTE 1	10	Semana: 5 (08/04/19 al 13/04/19)
Evaluación escrita	individual	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	10	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Trabajos prácticos - productos	trabajo integrador final	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 3	10	Semana: 15 (17/06/19 al 22/06/19)
Evaluación escrita	Individual	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Individual	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Las clases serán magistrales, utilizando diapositivas, se realizarán trabajos grupales y se analizarán casos y ejemplos de empresas de nuestro medio. Se estimulará la participación activa de los alumnos.

Criterios de Evaluación

En todos los trabajos escritos (ensayos, avances de proyectos, el proyecto definitivo y las presentaciones en Power Point) se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual.

Los ensayos consistirán de una introducción en donde se describa la problemática objeto de estudio, el desarrollo y discusión del tema, y una conclusión que dé cuenta de las reflexiones alcanzadas por el estudiante. Debe existir una revisión bibliográfica que muestre la actualidad y pertinencia de lo tratado. Los ensayos serán individuales.

Tanto en el proyecto que se realizará como en la exposición oral, se evaluará la secuencia lógica de las secciones requeridas, la pertinencia del contenido y la construcción adecuada de la información por sección, 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.

Tanto en las pruebas como en el examen final se evaluará el conocimiento teórico del estudiante según la adecuada argumentación a preguntas de razonamiento.

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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
STANTON WILLIAM J., BUSKIRK RICHARD H., SPIRO ROSANN L.,	McGraw Hill	VENTAS: CONCEPTOS, PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS	2001	9586007030

Web

Software

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

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **28/02/2019**

Estado: **Aprobado**