



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### 1. Datos

**Materia:** GERENCIA DE VENTAS  
**Código:** FAD0050  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2020 a Febrero-2021  
**Profesor:** AMPUERO VELASQUEZ FRANCISCO XAVIER  
**Correo electrónico:** fampuero@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

**Nivel:** 8

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64				64

### 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 los 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

<b>1</b>	<b>Gerencia Comercial</b>
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)
<b>2</b>	<b>Administración Comercial</b>
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)
<b>3</b>	<b>La Estrategia Comercial</b>
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)
<b>4</b>	<b>Organización del Área Comercial</b>
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)
<b>5</b>	<b>Capacitación del Área Comercial</b>
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)

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

#### ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.

-Crear estrategias comerciales

#### Evidencias

-Evaluación oral  
-Foros, debates, chats y otros  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros  
-Trabajos prácticos - productos

#### 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  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros  
-Trabajos prácticos - productos

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

-Determinar número de vendedores

-Evaluación oral  
-Foros, debates, chats y otros  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros  
-Trabajos prácticos - productos

#### bg. Aplicar los modelos y técnicas de ventas más relevantes.

-Crear procesos de ventas

-Evaluación oral  
-Foros, debates, chats y otros  
-Proyectos  
-Resolución de ejercicios, casos y otros  
-Trabajos prácticos - productos

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Requisitos del Puesto para Gerente Comercial	Gerencia Comercial	APORTE DESEMPEÑO	1.67	Semana: 8 (09/11/20 al 14/11/20)
Foros, debates, chats y otros	Características Técnicas y Personales de Un	La Estrategia Comercial	APORTE DESEMPEÑO	1.67	Semana: 10 (23/11/20 al 28/11/20)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	Vendedor				
Proyectos	Características Técnicas y Personales de Un Vendedor	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE DESEMPEÑO	1.65	Semana: 10 (23/11/20 al 28/11/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Características Técnicas y Personales de Un Vendedor	Administración Comercial	APORTE DESEMPEÑO	1.67	Semana: 10 (23/11/20 al 28/11/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	APORTE CUMPLIMIENTO	Organización del Área Comercial	APORTE CUMPLIMIENTO	10	Semana: 13 (14/12/20 al 19/12/20)
Trabajos prácticos - productos	APORTE ASISTENCIA	Capacitación del Área Comercial	APORTE ASISTENCIA	10	Semana: 13 (14/12/20 al 19/12/20)
Proyectos	Elaboración del Plan de Ventas de una empresa real	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación oral	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 FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Evaluación oral	Elaboración del Plan de Ventas de una empresa real	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Gerencia Comercial, La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)

## Metodología

Se utilizará la metodología denominada "Clase Invertida", en la cual, el estudiante deberá revisar, con antelación, el material proporcionado por el docente (artículos, fragmentos de textos, videos, páginas Web, presentaciones, etc.). Posteriormente, deberá participar activamente en las sesiones virtuales vía ZOOM que servirán exclusivamente para responder preguntas y aclarar dudas, por lo que tendrán una duración máxima de 40 minutos.

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 preparen para el trabajo final la preparación de un plan de empresa con la guía del profesor, como instrumento de evaluación asincrónica.

## Criterios de Evaluación

Se valorará la participación en clase, con preguntas y aportes pertinentes, sobre todo en los debates que se preparen para el efecto. 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 las presentaciones, se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas y lo indicado en el párrafo anterior. Para los trabajos prácticos, 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. 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.

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
STANTON WILLIAM J., BUSKIRK RICHARD H., SPIRO ROSANN L.,	McGraw Hill	VENTAS: CONCEPTOS, PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIAS	2001	9586007030
Barton A. Weitz ; Stephen B Castleberry	MacGraW Hill	Ventas construyendo sociedades	2004	
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	

#### Web

## Software

Autor	Título	Url	Versión
Venmas	Plan De Ventas	<a href="http://www.venmas.com">www.venmas.com</a>	II

## Bibliografía de apoyo

### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Klaric, Jurgén	BiiA Internacional Publishing	Véndale a la Mente, No a la Gente	2014	978-6124684609
Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	McGraw-Hill	Administración de Ventas	2009	978-970-10-7282-0
Lugo, José de	Editorial Talleres Gráficos ErS	Memorias de un Visitador Médico	1969	B004HO1M3O

### Web

Autor	Título	Url
Ricardo H. Ontalba	Clase Ejecutiva	<a href="http://www.venmas.com">www.venmas.com</a>
Jorge Eliecer Prieto	Gerencia de Ventas	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/reader.action?docID=10584356">http://site.ebrary.com/lib/uasuyasp/reader.action?docID=10584356</a>
Varios Autores	Venmas	<a href="http://www.venmas.com">www.venmas.com</a>
Virgilio Torres Morales	Administración en ventas	<a href="https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuyasp/detail.action?docID=3227906&amp;query=ventas">https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuyasp/detail.action?docID=3227906&amp;query=ventas</a>

## Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **17/09/2020**

Estado: **Aprobado**