



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos

Materia: GERENCIA DE VENTAS
Código: FAD0050
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO
Correo electrónico: mrios@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FAD0047 Materia: MARKETING ESTRATÉGICO

Nivel: 6

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

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 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

1	Gerencia Comercial
01.	Introducción a la Comercialización
1.1	Introducción a la administración comercial (2 horas)
01.01.	Introducción a la administración comercial (4 horas)
1.2	La Tecnología en el Comercio (2 horas)
01.02.	La Tecnología en el Comercio (4 horas)
1.3	El liderazgo en el proceso comercial (2 horas)
01.03.	El liderazgo en el proceso comercial (2 horas)
1.4	Las Comercialización y la globalización (2 horas)

01.04.	Las Comercialización y la globalización (2 horas)
2	Administración Comercial
02.	Administración Comercial
2.1	El proceso comercial (4 horas)
02.01.	El proceso comercial (4 horas)
2.2	Formulación, aplicación y evaluación (4 horas)
02.02.	Formulación, aplicación y evaluación (4 horas)
2.3	El ambiente externo en la organización comercial (4 horas)
02.03.	El ambiente externo en la organización comercial (4 horas)
2.4	El ambiente interno en la organización comercial (4 horas)
02.04.	El ambiente interno en la organización comercial (4 horas)
3	La Estrategia Comercial
03.	La Estrategia Comercial
3.1	El potencial del mercado (3 horas)
03.01.	El potencial del mercado (3 horas)
3.2	Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas)
03.02.	Pronóstico y cuota de Ventas (3 horas)
3.3	La Fuerza de Ventas (3 horas)
03.03.	La Fuerza de Ventas (3 horas)
3.4	Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas)
03.04.	Análisis de los resultados para la toma de decisiones (3 horas)
4	Organización del Área Comercial
04.	Organización del Área Comercial
4.1	Características técnicas de un vendedor (4 horas)
04.01.	Características técnicas de un vendedor (4 horas)
4.2	Características personales de un vendedor (4 horas)
04.02.	Características personales de un vendedor (4 horas)
4.3	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas)
04.03.	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas (4 horas)
4.4	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas)
04.04.	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas (4 horas)
5	Capacitación del Área Comercial
05.	Capacitación del Área Comercial
5.1	Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas)
05.01.	Objetivos, técnicas y evaluación (4 horas)
5.2	Programa de Capacitación para el Área Comercial (4 horas)
05.02.	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

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

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

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, Introducción a la Comercialización	APORTE 1	10	Semana: 5 (09/04/18 al 14/04/18)
Evaluación escrita	Evaluación individual	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 2	10	Semana: 10 (14/05/18 al 19/05/18)
Trabajos prácticos - productos	trabajos integrados y casos de estudio	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE 3	10	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
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 (01-07-2018 al 14-07-2018)
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

Comprende dos didácticas:

1. Clase magistral / Evaluación de casos
2. Trabajos / Investigación individual o colectiva

La metodología se basará en un proceso inductivo de conceptos mediante clases preparadas con el apoyo de medios audiovisuales, junto a un proceso deductivo apoyado en la preparación de casos de estudio y talleres de trabajo en el que los estudiantes generan sus propios procesos de aprendizaje.

Criterios de Evaluación

Se considerará el trabajo individual y discusión de casos, desarrollo de trabajo de investigación y aporte en los mismos. Redacción y ortografía. Trabajo integrador final existirá dos partes una grupal y otra individual.

6. 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

Autor	Título	Url
-------	--------	-----

Autor	Título	Url
Jorge Eliecer Prieto	Gerencia de Ventas	http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/reader.action?docID=10584356
Facundo de Salterain	Gerencia exitosa de ventas: métodos, secretos y estrategias para dirigir equipos	https://www.youtube.com/watch?v=Xp-dKdSUuLk

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **21/02/2018**

Estado: **Aprobado**