



Fecha Aprobación:
06/03/2015

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

ESCUELA DE INGENIERIA DE MARKETING

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Sílabo

1. Datos generales

Materia: GERENCIA DE VENTAS

Código: FAD0050

Créditos: 4

Nivel: 6

Paralelo: 6A-IMK

Eje de formación: PROFESIONAL

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015

Total de horas: 64

Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO

Correo electrónico: mrios@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

FAD0047 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

- 1.01. 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

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
af. Administrar Organizaciones y manejar las competencias prospectivas y gerenciales.	
<ul style="list-style-type: none"> - <i>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.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Trabajos prácticos - productos</i> - <i>Evaluación escrita</i>
ag. Planificar y gestionar Estrategias e Indicadores de Desempeño.	
<ul style="list-style-type: none"> - <i>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.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Trabajos prácticos - productos</i> - <i>Evaluación escrita</i>
ah. Realizar Gerencia de Mercado, Ventas, Producto, Proveedores y Canales de Distribución.	
<ul style="list-style-type: none"> - <i>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.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Trabajos prácticos - productos</i> - <i>Evaluación escrita</i>

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Evaluación escrita	prueba individual	Capitulo I y Capitulo II	APORTE I	10,00	20 de Abril
Evaluación escrita	prueba escrita	Capitulo III y IV	APORTE II	10,00	25 de Mayo
Trabajos prácticos - productos	Trabajo integrador Final	Todo el contenido	APORTE III	10,00	20 de Junio
Evaluación escrita	INDIVIDUAL	TODO EL CONTENIDO	EXAMEN FINAL	20,00	6 de Julio

Metodología

Las pruebas tendrán un mix tanto en lo teórico como en lo práctico, para que el estudiante tenga la posibilidad de aplicar su aprendizaje significativo.

El examen de proyecto final será una aplicación real de todos los temas tratados según el orden cronológico del contenido, mismo que será grupal

Criterios de Evaluación

Los diferentes trabajos de investigación, casos empresariales, talleres, investigaciones dirigidas se considerarán los siguientes aspectos: a) fuentes bibliográficas, b) calidad de la información solicitada y c) conclusión personal o grupal del trabajo realizado.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Barton A. Weitz ; Stephen B Castleberry.(2004). Ventas construyendo sociedades. MEXICO: MacGraW Hill. Biblioteca Hernán Malo. 64848.
- Manuel Artal Castells.(2001). Dirección de ventas : organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESPAÑA: Escuela superior de Gestión Comercial y Marketin Fecha de publicación: 2001. Biblioteca Hernan Malo. 64147.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- www.squidoo.com
- www.managersmagazine.com.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **06/03/2015**

APROBADO