

Asignatura: *GESTIÓN COMERCIAL 900IND*
Semestre: *9º Agosto-Diciembre, 2023*
Docente: *Alain Loredó Álvarez*

Martes 20:30 - 317
Jueves 20:30 - 317

INFORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

Electivas del Área Profesionalizante

Descripción

Curso-Taller

Objetivos

Al término del curso, el estudiante será capaz de:

- Ø Proponer planes estratégicos de ventas en el marco de la gestión comercial, bajo lineamientos éticos y de responsabilidad social, que optimicen la fuerza de ventas de las organizaciones.

Capacidades y habilidades que desarrollar

- Valoración de la importancia de las relaciones públicas en el proceso de ventas.
- Valoración de la importancia de la gestión de la fuerza de ventas dentro del proceso de ventas de las organizaciones.
- Disposición para asumir el rol de liderazgo bajo principios éticos, de respeto, tolerancia y responsabilidad.
- Disposición para la comunicación y el trabajo en equipos multidisciplinarios.
- Disposición para la realización de ventas de manera directa o mediante el empleo de tecnologías de información.
- Manejo responsable, ético y veraz de la información asociada al producto o servicio que se promueve para su venta.

Sensibilización hacia la innovación y al pensamiento divergente y creativo

Prerrequisitos

Haber acreditado las asignaturas anteriores, contar con mentalidad y actitud emprendedora

Temario

I. EL ADMINISTRADOR DE LA FUERZA DE VENTAS.

1. Introducción a las ventas.
2. Importancia de las relaciones públicas en el proceso de ventas.
3. Estructura del área de ventas y su interacción con las otras áreas.
4. El rol del gerente de ventas.
5. Ética y responsabilidad de la fuerza de ventas.

II. SELECCIÓN Y PREPARACIÓN DE LOS CANDIDATOS ADECUADOS.

1. Perfil y rol del vendedor.
2. Selección y contratación de la fuerza de ventas.
3. Inducción del personal de ventas.
4. Desarrollo del programa de entrenamiento a vendedores.
5. Construcción de relaciones.
6. Liderazgo y motivación de la fuerza de ventas.
7. Compensación y supervisión de la fuerza de ventas.
8. Evaluación del desempeño individual de los vendedores: *coaching y mentoring*.
9. Indicadores de desempeño.

III. LAS VENTAS EN LA EMPRESA.

1. Concepto y objetivos.
2. Análisis y comportamiento.
3. Políticas de ventas.
4. Sistemas de control de ventas.
5. Aspectos legales.
6. Ley de Coase.

IV. EL PROCESO DE VENTAS.

1. Preparación.
2. Presentación.
3. Desarrollo.
4. Manejo de objeciones.
5. Cierres.

6. Actividades posteriores a la venta.

V. EVALUACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

1. Análisis del volumen de ventas.
2. Análisis de rentabilidad y costos de mercadotecnia.
3. Simulador de ventas.

Construcción de la calificación final

- Presentaciones en Clase 25%
- Trabajos entregados 25%
- Exámen escrito 25%
- Trabajo Final 25%

Fechas importantes

- § Inicio de clases: 07 agosto
- § Evaluaciones finales: 17 al 29 noviembre
- § Foro de Maestros: 4 de octubre
- § Días no laborables: septiembre 15 y 16, noviembre 1, 2 y 20,

De la asistencia y puntualidad

Ser puntual y permanecer durante toda la sesión de clase para conservar la asistencia. No hay retardos, los estudiantes que se presenten o ingresen a la sesión pasados los 10 minutos de tolerancia, podrán ingresar al salón, a la sesión virtual o plataforma Moodle, también podrán realizar las actividades de clase, pero conservaran su inasistencia.

Del comportamiento en clase

El estudiante deberá observar comportamiento respetuoso y adecuado al interior del aula evitando burlas o palabras altisonantes.

De los exámenes

Las evaluaciones parciales y finales deberán presentarse en las fechas establecidas y al inicio de la hora de clase; no habrá aplicaciones extemporáneas de evaluaciones; salvo si la inasistencia se da por una situación extrema comprobable; en este caso, el profesor establecerá nueva fecha para evaluar al estudiante. Los estudiantes que presenten evaluación extraordinaria en el periodo que le corresponde de alguna asignatura del Área Curricular Común, sea por inasistencias o por reprobación.

De las tareas, prácticas y exposiciones

Es indispensable elaborar y entregar los exámenes, trabajos, tareas, etc., conforme a las lineamientos y requisitos establecidos para el profesor; en el caso de que algún estudiante presente como propia, información que no sea de su autoría (es decir, copia textual en cualquier medio sin referir o citar las fuentes bibliográficas respectivas), será sancionado con SDO (Sin derecho a evaluación ordinaria) en la asignatura, (de acuerdo con el Reglamento general del SEULSA) debido a la falta de ética y la intención consciente de engaño. NOTA: Se notificará a la Facultad para la sanción que corresponda. Un plagio o fraude se aplica a cualquier tipo de trabajo que se entregue durante el curso, sin importar el valor del porcentaje de este.

Trabajos de investigación

En el caso de que algún estudiante presente como propia, información que no sea de su autoría (es decir, copia textual en cualquier medio sin referir o citar las fuentes bibliográficas respectivas), será sancionado con SDO (Sin derecho a evaluación ordinaria) en la asignatura, (de acuerdo con el Reglamento general del SEULSA) debido a la falta de ética y la intención consciente de engaño. NOTA: Se notificará a la Facultad para la sanción que corresponda. Un plagio o fraude se aplica a cualquier tipo de trabajo que se entregue durante el curso, sin importar el valor del porcentaje de este.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Gschwandter, G. (2008). *Manual del gerente de ventas*. México: McGraw-Hill.
- Johnston, M. y G. Marshall (2009). *Administración de ventas*. México: McGraw-Hill.
- Llamas, J. M. (1994). *Estructura científica de la venta: técnicas profesionales de ventas*. México: Limusa.
- Stanton, W. et al. (1997). *Ventas, conceptos, planificación y estrategias*. Colombia: McGraw-Hill.
- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C. México. [En línea]. <http://www.antad.org.mx> [Consulta el 23 de julio de 2010].
- Genteygerencia.com. [En línea]. <http://www.genteygerencia.com> [Consulta el 23 de julio de 2010].