

## **I. Generalidades**

Nombre de la asignatura	: Gerencia de ventas
Número de orden	: 32
Código	: 020232
Prerrequisito	: Distribución comercial
Número de horas por ciclo	: 85
Horas teóricas semanales	: 4
Horas prácticas semanales	: 1
Duración del ciclo en semanas	: 17
Duración de la hora clase	: 50 minutos
Unidades valorativas	: 4
Identificación del ciclo académico	: VIII

## **II. Descripción de la asignatura**

Se hace énfasis en la gestión que debe desarrollar la Dirección de Ventas en cuanto a los objetivos de ventas, el aprovechamiento de los atractivos, la administración de las remuneraciones, la motivación de la fuerza de ventas.

## **III. Objetivo de la asignatura**

Capacitar al estudiante en lo relativo a la planificación en el campo de las ventas, profundizando en lo concerniente a la remuneración de la fuerza de ventas, los principales aspectos sobre la motivación de los vendedores, así como el desarrollo de los conocimientos para gestionar y dirigir efectivamente dicha área en las empresas.

#### **IV. Unidades didácticas y contenidos de la materia**

##### **Unidad 1. Integración de las ventas en la estrategia de mercado.**

**Objetivo:** Comprender la función de las ventas dentro del proceso de mercadeo

- 1.1 Estrategia de mercado.
- 1.2 Mercadeo y ventas.
- 1.3 La administración de ventas.
- 1.4 Organización del departamento de ventas.
- 1.5 Funciones del gerente de ventas.

##### **Unidad 2. El programa de ventas.**

**Objetivo:** Conocer el proceso de ventas, sus objetivos y su función

- 2.1 Alcance del programa de ventas.
- 2.2 Los objetivos de ventas.
- 2.3 Los atractivos de ventas.
- 2.4 Selección e implementación de los atractivos.
- 2.5 Requerimientos del comprador o distribuidor
- 2.6 Relaciones de ventas y distribución
- 2.7 Papel de la Fuerza de Ventas

##### **Unidad 3. Organización y planificación de un equipo de ventas.**

**Objetivo:** Desarrollar la habilidad de formar equipos de venta funcionales

- 3.1. Tipos básicos de organización
- 3.2. Proceso de reclutamiento y selección del equipo de ventas
- 3.3. Determinación del número de vendedores
- 3.4. Desarrollo y ejecución del programa de formación en ventas

##### **Unidad 4. Planificación de ventas**

**Objetivo:** Adquirir las habilidades para realizar una planificación de ventas

- 4.1 Estimación de los potenciales de marketing y ventas

- 4.2 Métodos de previsión de ventas (pronósticos)
- 4.3 Plan de compensación del equipo de ventas
- 4.4 Territorios y cuotas de ventas
- 4.5 Cuotas de venta.

## **Unidad 5. Administración de Precios**

**Objetivo:** Gestionar los precios de manera adecuada y conozca la importancia de sus variaciones.

- 5.1 Reducción de precios.
- 5.2 Aumento de precios.
- 5.3 Teorías de los márgenes.
- 5.4 Cálculo de los márgenes.
- 5.5 Cálculo de las bonificaciones.

## **V. Estrategia metodológica**

Los objetivos de esta asignatura se logran, a través de la estrategia metodológica sugerida a continuación: Clases magistrales, desarrollo de casos prácticos, lecturas recomendadas, búsqueda de información, resolución de guías.

El 80% será teórico y el 20% será práctico.

## **VI. Evaluación**

La forma de evaluar el aprendizaje en esta asignatura será a través de exámenes escritos y orales, trabajos ex aula que incluyen trabajos de investigación, exposiciones, laboratorios. El porcentaje de estas evaluaciones podrá distribuirse así:

- Exámenes escritos 50%
- Exposiciones y trabajos ex aula 20%
- Proyecto de investigación 30%

## VII. Referencias bibliográficas

- Hughes, G. David; Mckee, Daryl; Singler, Charles H. (2000). *Administración de ventas: un enfoque de orientación profesional*. México: International Thomson. (3).
  - Johnston, Mark W.; Marshall, Greg. (2009). *Administración de ventas*. (9a. ed.). México: McGraw-Hill. (3).
- Stanton, William J.; Etzel, Michael J. (1992). *Fundamentos de marketing*. (5a. ed.). México: McGraw-Hill. (3).