



**Nombre de la asignatura: VENTAS 0**

**a) Generalidades**

		<b>Código:</b>	<b>VTA 0</b>	<b>Duración del Ciclo en Semanas:</b>	<b>16</b>
<b>Prerrequisito (s):</b>	<b>25 materias aprobadas</b>	<b>Ciclo Académico:</b>	<b>VII</b>	<b>Duración /Hora Clase Minutos:</b>	<b>50</b>
		<b>Área:</b>	<b>Especializada</b>	<b>Número /Hora Clase por Ciclo:</b>	<b>64</b>
		<b>U.V.:</b>	<b>3</b>	<b>Horas Teóricas/ Semanales:</b>	<b>3</b>
				<b>Horas Prácticas/ Semanales:</b>	<b>1</b>

**b) Descripción de la Asignatura:**

La materia comprende el estudio de la administración, organización y control del área de ventas en una empresa.

**c) Objetivos Generales de la Asignatura:**

**Objetivo Cognitivo:** Emplear la herramienta de organización, dirección y ejecución de las ventas profesionales en una organización.

**Objetivo Procedimental:** Manejar los métodos y técnicas a utilizar en la administración como en la ejecución de las ventas.

**Objetivo Actitudinal:** Valorar la importancia de las ventas en el mundo actual.

**d) Contenidos:**

**UNIDAD I NATURALEZA DE LAS VENTAS.**

**Contenido:**

- 1.1 Concepto de ventas.
- 1.2 Las ventas en la estrategia de marketing.
- 1.3 Funciones del gerente de ventas.
- 1.4 La fuerza de ventas
  - 1.41 El conocimiento del cliente.
  - 1.4.2 La comunicación con el cliente.
- 1.5 Tendencias de las ventas en los mercados actuales.
- 1.6 La ética en las ventas.



## **UNIDAD II ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS.**

### **Contenido:**

- 2.1 Organización de las ventas.
- 2.2. Tipos de ventas
  - 2.2.1 Ventas al mayoreo
  - 2.2.2 Ventas personales
  - 2.2.3 Ventas detallistas
- 2.3 Proceso de la venta
- 2.4 Pronósticos de ventas
- 2.5 Territorios y cuotas de ventas.

## **UNIDAD III FUERZA DE VENTAS.**

### **Contenido:**

- 3.1 Perfil de la fuerza de ventas.
- 3.2 Proceso de reclutamiento y selección.
- 3.3 Control y evaluación de la fuerza de ventas.
- 3.4 Plan de compensación del vendedor

## **UNIDAD IV PREPARACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS**

### **Contenido:**

- 4.1 Actividades del vendedor.
- 4.2 Programa de capacitación del vendedor.
- 4.3 Técnicas de ventas
- 4.4 La motivación al equipo de ventas
- 4.4 La supervisión en las ventas.

## **UNIDAD V APLICACIÓN DE LA VENTA EN EL MARKETING.**

### **Contenido:**

- 5.1 Los pronósticos de ventas
- 5.2 El presupuesto de venta
- 5.3 Rentabilidad de los vendedores
- 5.4 Rentabilidad del área de ventas

### **e) Estrategia Metodológica:**



El desarrollo del programa permite el aprendizaje del estudiante a partir de los elementos que el docente proporcione se asigna el 75% del total de horas para que el docente:

- Guíe el aprendizaje a través de clases dialogadas, permitiendo un intercambio de opciones argumentos sobre la temática que se desarrolle.

El 25% de horas restantes se deberá utilizar en actividades de aprendizaje, tales como:

- Solución de problemas: el docente presentará casos a análisis en situaciones reales y relacionados con temas explicados en clases
- Proyecto: El alumno desarrollará trabajos de investigación y de aplicación de las temas vistas en clase

Estas actividades quedan a consideración del catedrático. Pudiendo utilizar otros métodos y técnicas alternativos que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje de acuerdo con el modelo educativo definido por la Universidad.

#### f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
Administración de ventas.	Johnston, Mark W.- Marshall, Greg W..	McGraw-Hill Interamericana	México	2009	5
Dirección Estratégica de Ventas	Fabián Pérez, Raúl Amigo, Javier Espina	Pearson	México	2009	*
Construya su Propia Fuerza de Ventas	Andrea Sittig-Rolf	McGraww Hill	México	2010	*

\*En proceso de adquisición