



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: VENTAS 0

a) Generalidades:

		Código:	VTA 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Pre-Requisito (s):	35 materias	Ciclo Académico:	VII	Duración /Hora Clase Minutos:	50
		Área curricular:	Especializada	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	3
				Horas Prácticas/ Semanales:	1

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:

Cognitivo:

Emplear la herramienta de organización, dirección y ejecución de las ventas profesionales en una organización.

Procedimental:

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

Actitudinal:

Valorar la importancia de las ventas en el mundo actual.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

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
 - 1.4.1 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



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

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.



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

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
Fundamentos de Marketing	Kotler, Philip.- Armstrong, Gary	Pearson	México	2008	4
Programa de superación personal. Curso en video técnicas de venta (colección)	Grupo Ibalpe	IBALPE	México	2007	4
Presupuestos: Planificación y Control	Welsch, Glenn A	Pearson	México	2005	3
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