

SÍLABO GESTIÓN DE VENTAS

ÁREA CURRICULAR: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CICLO: IX

SEMESTRE ACADÉMICO: 2017-I

- I. CÓDIGO DEL CURSO** : 09117909040
- II. CREDITOS** : 04
- III. REQUISITOS** : 09117608040 - Comportamiento del consumidor
- IV. CONDICIÓN DEL CURSO** : Obligatorio

V. SUMILLA

El curso proporciona a los alumnos una visión integral y práctica de las principales variables, procesos y decisiones que un líder en el área comercial debe conocer. En el curso se desarrollan temas relacionados con el mercado, los clientes, la competencia y estrategias de ventas que contribuyan eficazmente con el logro de los objetivos de ventas.

VI. FUENTES DE CONSULTA:

Bibliográficas

- Johnston, M. & Marshall, G. (2009). *Administración de ventas*. 9na edición México. McGraw - Hill

VII. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN

OBJETIVO DE APRENDIZAJE:

- Capacitar al alumno para gestionar y liderar de manera efectiva un equipo comercial orientado hacia la satisfacción del cliente, las relaciones de largo plazo y la rentabilidad de la organización.

PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

Roles y funciones del equipo de ventas.

Segunda Sesión:

El proceso de la administración de ventas.

SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión:

Planificación y control del proceso de ventas.

Segunda Sesión:

Indicadores de gestión para las ventas.

TERCERA SEMANA

Primera Sesión:

Administración del plan de ventas.

Segunda Sesión:

Relación de ventas, operaciones y marketing.

CUARTA SEMANA

Primera Sesión:

Plan de prospección.

Segunda Sesión:

El embudo de la venta.

QUINTA SEMANA

Primera Sesión:

Referencias, contactos y clientes potenciales.

Segunda Sesión:

Herramientas de calificación.

SEXTA SEMANA

Primera Sesión:

Estrategias de aproximación a los clientes

Segunda Sesión:

Administración de relaciones con los clientes.

SÉPTIMA SEMANA

Primera Sesión:

Funciones de las ventas en la estrategia de marketing.

Segunda Sesión:

Mejorar la fidelización de los clientes.

OCTAVA SEMANA

Examen Parcial

UNIDAD II: TIPOLOGÍA DE LOS CLIENTES EN EL CIERRE DE VENTAS

OBJETIVO DEL APRENDIZAJE

- Construye el cierre de ventas en función de la tipología de los clientes

NOVENA SEMANA

Primera Sesión:

Métodos y técnicas de sistemas de información: Metodología de investigación, método sistémico integrado.

Segunda Sesión:

Tecnología de sistema.

DÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Estructura de la fuerza de ventas.

Segunda Sesión:

Organización para administrar las cuentas claves.

UNDÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Pronóstico de ventas.

Segunda Sesión:

Establecimiento de cuotas y metas para vendedores.

DUODÉCIMA SEMANA

Primera Sesión:

Determinar el tamaño de la fuerza de ventas.

Segunda Sesión:

Establecimiento de territorios de ventas.

DECIMOTERCERA SEMANA

Primera Sesión:

Sistema financiero de la empresa aeronáutica: Conceptos, ámbito, variables y representación.

Segunda Sesión:

Sistema financiero.

DECIMOCUARTA SEMANA

Primera Sesión:

Planes de incentivos para la fuerza de ventas.

Segunda Sesión:

Reconocimiento y motivación para los vendedores.

DECIMOQUINTA SEMANA

Primera Sesión:

Reclutamiento para el área comercial.

Segunda Sesión:

Desarrollo de planes de capacitación para vendedores.

DECIMOSEXTA SEMANA

Examen final.

DECIMOSÉPTIMA SEMANA

Entrega de promedios finales y acta del curso.

VIII. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL:

a) Habilidades comerciales	0
b) Tópicos de Ciencias Aeronáuticas	4
c) Educación General	0

IX. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS:

- **Método Expositivo – Interactivo.** Disertación docente, exposición del estudiante, trabajo de investigación.
- **Método de Discusión Guiada.** Conducción del grupo para abordar situaciones y llegar a conclusiones y recomendaciones.
- **Método de Demostración – Ejecución.** Se utiliza para ejecutar, demostrar, practicar y retroalimentar lo expuesto.

X. MEDIOS Y MATERIALES:

- **Equipos:** Micrófono, multimedia, ecran.
- **Materiales:** Texto base, separatas, revistas especializadas, textos complementarios, direcciones electrónicas, pizarra, tiza.

XI. EVALUACIÓN:

Promedio final:

$$PF = (2*PE+EP+EF)/4$$

$$PE = ((P1+P2+P3+P4-MN)/3 + W1) /2$$

Dónde:

EP = Examen parcial.

EF = Examen final.

PE = Promedio de evaluaciones.

P1...P4 = Nota de prácticas calificadas 1

W1 = Trabajo final de investigación.

MN = Menor nota de prácticas calificadas

XII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN:

a) **Horas de clase:**

Teoría	Práctica	Laboratorio
3	2	0

b) **Sesiones por semana:** Dos sesiones por semana.

c) **Duración:** 5 horas académica de 45 minutos.

XIII. JEFE DEL CURSO:

Lic. Paul Medina Galindo

XIV. FECHA

La Molina, marzo del 2017.