

## **SÍLABO GESTIÓN DE VENTAS**

### **ÁREA CURRICULAR: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CICLO: IX**

**SEMESTRE ACADÉMICO: 2017- II**

- 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:**

<b>Teoría</b>	<b>Práctica</b>	<b>Laboratorio</b>
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, agosto del 2017.