

SÍLABO GESTIÓN DE VENTAS

ÁREA CURRICULAR: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	: Ingeniería y Arquitectura
1.2	Semestre Académico	: 2019-I
1.3	Código de la asignatura	: 09117909040
1.4	Ciclo	: IX
1.5	Créditos	: 04
1.6	Horas semanales totales	: 08
	1.6.1 Horas lectivas (Teoría, Práctica. Laboratorio)	: 05 (T=3, P=2 , L=)
	1.6.2. Horas no lectivas	: 03
1.7	Condición del Curso	: Obligatorio
1.8	Requisito(s)	: 09117608040 - Comportamiento del consumidor
1.9	Docentes	: Paul Medina Galindo

II. 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.

III. COMPETENCIAS Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1 Competencias

- Interpreta el proceso de administración de ventas.
- Aplica las estrategias relacionadas a la gestión de ventas.

3.2 Componentes

- **Capacidades**
 - Gestiona y lidera de manera efectiva un equipo comercial orientado hacia la satisfacción del cliente, las relaciones de largo plazo y la rentabilidad de la organización.
 - Reconoce las estrategias relacionadas a la gestión de ventas.
 - Construye el cierre de ventas en función de la tipología de los clientes
 - Reconoce las funciones del sistema financiero y planes de incentivos.
- **Contenidos actitudinales**
 - Valora la importancia de conocer las estrategias de gestión de ventas.
 - Preserva un constante aprendizaje de la gestión de ventas.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I : INTRODUCCIÓN					
<ul style="list-style-type: none"> CAPACIDAD: Gestiona y lidera de manera efectiva un equipo comercial orientado hacia la satisfacción del cliente, las relaciones de largo plazo y la rentabilidad de la organización. 					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS	
				L	T.I.
1	Primera Sesión Roles y funciones del equipo de ventas. Segunda Sesión: El proceso de la administración de ventas.	. Comprende y reconoce los roles y funciones del equipo de ventas.	Lectivas (L): Introducción al tema - 3 h Desarrollo del tema - 1 h Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I.): Resolución tareas - 1 h Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3
2	Primera Sesión: Planificación y control del proceso de ventas. Segunda Sesión: Indicadores de gestión para las ventas.	. Reconoce los indicadores de gestión para las ventas.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema - 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I.): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3
3	Primera Sesión: Administración del plan de ventas. Segunda Sesión: Relación de ventas, operaciones y marketing.	. Comprende la relación de ventas, operaciones y marketing.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema - 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I.): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3
4	Primera Sesión: Plan de prospección. Segunda Sesión: El embudo de la venta.	. Reconoce el plan de prospección y el embudo de la venta.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema – 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I.): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3

UNIDAD II: ESTRATEGIAS					
CAPACIDAD: Reconoce las estrategias relacionadas a la gestión de ventas.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS	
				L	T.I.
5	Primera Sesión: Referencias, contactos y clientes potenciales. Segunda Sesión: Herramientas de calificación.	. Reconoce las herramientas de calificación.	Lectivas (L): · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h	5	3
			Trabajo Independiente (T.I.): · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h		
6	Primera Sesión: Estrategias de aproximación a los clientes Segunda Sesión: Administración de relaciones con los clientes.	. Aplica las estrategias de aproximación a los clientes.	Lectivas (L): · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h h	5	3
			Trabajo Independiente (T.I.): · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h		
7	Primera Sesión: Funciones de las ventas en la estrategia de marketing. Segunda Sesión: Mejorar la fidelización de los clientes.	. Reconoce las funciones de las ventas en la estrategia de marketing.	Lectivas (L): · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h	5	3
			Trabajo Independiente (T.I.): · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h		
8	Examen parcial				

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

CAPACIDAD: Construye el cierre de ventas en función de la tipología de los clientes

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS	
				L	T.I.
9	Primera Sesión: Métodos y técnicas de sistemas de información: Metodología de investigación, método sistémico integrado. Segunda Sesión: Tecnología de sistema.	. Reconoce los métodos y técnicas de sistemas de información.	Lectivas (L): <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): <ul style="list-style-type: none"> · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h 	5	3
10	Primera Sesión: Estructura de la fuerza de ventas. Segunda Sesión: Organización para administrar las cuentas claves.	. Comprende la estructura de la fuerza de ventas.	Lectivas (L): <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): <ul style="list-style-type: none"> · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h 	5	3
11	Primera Sesión: Pronóstico de ventas. Segunda Sesión: Establecimiento de cuotas y metas para vendedores.	. Comprende y explica los pronósticos de ventas.	Lectivas (L): <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): <ul style="list-style-type: none"> · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h 	5	3
12	Primera Sesión: Determinar el tamaño de la fuerza de ventas. Segunda Sesión: Establecimiento de territorios de ventas.	. Comprende el tamaño de las fuerzas de ventas.	Lectivas (L): <ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo del tema - 3 h · Ejemplos del tema - 1 h · Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): <ul style="list-style-type: none"> · Resolución tareas - 1 h · Trabajo Aplicativo - 2 h 	5	3

UNIDAD IV:SISTEMA FINANCIERO					
CAPACIDAD: Reconoce las funciones del sistema financiero y planes de incentivos.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS	
				L	T.I.
13	Primera Sesión: Sistema financiero de la empresa aeronáutica: Conceptos, ámbito, variables y representación. Segunda Sesión: Sistema financiero.	. Comprende y explica el sistema financiero.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema - 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3
14	Primera Sesión: Planes de incentivos para la fuerza de ventas. Segunda Sesión: Reconocimiento y motivación para los vendedores.	. Reconoce los planes de incentivos para las fuerzas de venta.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema - 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo – 2 h	5	3
15	Primera Sesión: Reclutamiento para el área comercial. Segunda Sesión: Desarrollo de planes de capacitación para vendedores.	. Reconoce el desarrollo de los planes de capacitación para vendedores.	Lectivas (L): . Desarrollo del tema - 3 h . Ejemplos del tema - 1 h . Ejercicios en aula - 1 h Trabajo Independiente (T.I): . Resolución tareas - 1 h . Trabajo Aplicativo - 2 h	5	3
16	Examen final				
17	Entrega de promedios finales y acta del curso.				

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 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.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

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

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El promedio final de la asignatura se obtiene mediante la fórmula siguiente:

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

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

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

VIII. FUENTES DE CONSULTA

7.1 Bibliográficas

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