

## Sílabo

### 170387 - Procesos de Ventas

#### I. Información general

Nombre del Curso: Procesos de Ventas  
Código del curso: 170387  
Departamento Académico: Ingeniería  
Créditos: 3  
Horas Teoría: 3  
Horas Práctica: 1  
Periodo Académico: 2023-01-PRE  
Sección: A  
Modalidad: Presencial  
Idioma: Español  
Docente: FRANCISCO ANTONIO GARMENDIA FOSSA  
Email docente: garmendia\_fa@up.edu.pe

#### II. Introducción

Esta asignatura introduce a los alumnos de la carrera de Ingeniería Empresarial en el mundo de las Ventas y la importancia del Cliente desde la perspectiva triangular de organización, procesos y tecnología de información, de tal forma que al finalizar el curso estén en capacidad de proponer estrategias y mejoras en los procesos de Venta de las empresas a fin de satisfacer las necesidades y exigencias del Cliente.

Combina la perspectiva teórica a través de libros y artículos con la perspectiva pragmática a través de ejercicios prácticos, incentivando la participación activa de los alumnos en la solución de diversos casos.

Cierra la relación lógica de los procesos de la Cadena de Suministros que se inicia con los procesos de Compras/Suministros y continúa con los procesos de Producción y Distribución a través de la gestión de los procesos de Venta que apuntan a la plena satisfacción de los requerimientos y necesidades del Cliente.

#### Competencias que desarrolla el curso

##### • Generales

- Liderazgo en la Gestión Integral de Ventas y todas sus etapas
- Gestión eficiente del proceso de Ventas y productividad a través de herramientas dirigidas a atender mejor al Cliente
- Valores éticos en la Gestión de Ventas con los diversos tipos de Clientes con los que se debe interrelacionar

##### • Específicas

- Innovación buscando soluciones modernas ante requerimientos de los diversos Clientes en ambientes B2B y B2C
- Desarrollo de soluciones empresariales a la medida de las situaciones que se presentan en la práctica diaria
- Liderazgo en proyectos empresariales ligados al tema de Ventas Estratégicas y Ventas Campo

#### III. Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso el estudiante sustentará una propuesta de solución sobre un problema de Venta concreto en una empresa real. La propuesta se elaborará en base a las instrucciones del docente; usará adecuadamente los conceptos, métodos, técnicas y herramientas desarrolladas en el curso. Asimismo, mostrará profundidad en el análisis del problema asegurando que su propuesta sea innovadora y pertinente.

#### **IV. Unidades de aprendizaje**

#### **V. Estrategias Didácticas**

Se combinarán las sesiones magistrales a cargo del profesor con exposiciones de los alumnos sobre las lecturas a preparar y los casos prácticos grupales.

Para constatar que los alumnos han asimilado los conocimientos y herramientas presentadas se tomarán controles sobre los temas más relevantes trabajados en las sesiones anteriores a la sesión en la que se toma el control.

Por otro lado, se trabajará a lo largo del curso un Caso Práctico General (dividido en varias partes) que se ira haciendo cada vez más complejo durante el avance del Curso.

El Proyecto Integral de Ventas del curso es un Trabajo detallado enfocado en una empresa en el cual los alumnos deberán solucionar un problema específico ligado a la Gestión de Ventas.

#### **VI. Sistemas de evaluación**

##### **Consideraciones para las evaluaciones**

##### **1. Examen parcial y Examen final:**

Se trabajaran casos prácticos para evaluar entendimiento del alumno del marco teorico frente a la realidad concreta.

##### **2. Nota de trabajo:**

Se tomará en cuenta la participación activa en clase del alumno, el análisis de casos y lecturas, dos prácticas calificadas y la elaboración de un proyecto de gestión de ventas sobre una empresa en particular.

De está manera la evaluación será de diversa índole para medir el progreso del conocimiento de los alumnos.

Nombre evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
1. Nota de trabajo	45			
2. Examen Parcial	25			
3. Examen Final	30			

## VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<b>Semana 1: del 20/03/2023 al 25/03/2023</b>			
	Inducción al Curso. Evolución del Concepto de Ventas. Su relación con la Cadena de Suministros		
<b>Semana 2: del 27/03/2023 al 01/04/2023</b>			
	La Relación Compras- Ventas. Proceso de Selección de Proveedores.		
<b>Semana 3 con feriados el jueves 06, viernes 07 y sábado 08: del 03/04/2023 al 08/04/2023</b>			
	Fuerzas que afectan las Ventas en el Entorno Local e Internacional.		
<b>Semana 4: del 10/04/2023 al 15/04/2023</b>			
	Organización de Ventas: Reclutamiento y Selección.		
<b>Semana 5: del 17/04/2023 al 22/04/2023</b>			
	Organización de Ventas: Motivación y Capacitación.		
<b>Semana 6: del 24/04/2023 al 29/04/2023</b>			
	Organización de Ventas: Estructura Organizacional y Equipos de Ventas. Remuneraciones / Incentivos		
<b>Semana 7: del 01/05/2023 al 06/05/2023</b>			
	Evaluación del Desempeño de la Fuerza de Ventas. Indicadores y Reportes de Gestión.		
<b>Semana 8 de exámenes parciales: del 08/05/2023 al 13/05/2023</b>			
	Exámenes Parciales		• Examen Parcial

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<b>Semana 9: del 15/05/2023 al 20/05/2023</b>			
	Planeación de Ventas, Definición de Territorios y Cuotas de Ventas		
<b>Semana 10: del 22/05/2023 al 27/05/2023</b>			
	Ejecución de Proceso de Ventas.		
<b>Semana 11: del 29/05/2023 al 03/06/2023</b>			
	Ejecución Proceso de Ventas.		
<b>Semana 12: del 05/06/2023 al 10/06/2023</b>			
	Ejecución / Evaluación del Proceso de Ventas.		
<b>Semana 13: del 12/06/2023 al 17/06/2023</b>			
	Internet y Aplicaciones Tecnológicas para Ventas.	• Caso Parte 7	
<b>Semana 14: del 19/06/2023 al 24/06/2023</b>			
	Aplicaciones Tecnológicas para la Operación de Ventas.		
<b>Semana 15 con feriado jueves 29: del 26/06/2023 al 01/07/2023</b>			
	Mejores Prácticas de la Operación de Ventas.		
<b>Semana 16 de exámenes finales: del 03/07/2023 al 08/07/2023</b>			
	Exámenes Finales		• Examen Final

## VIII. Referencias bibliográficas

### Obligatoria

Hair, J, Andreson, R, Mentha, R & Babin, B (2010). *Administración de Ventas: Relaciones y Sociedades con el cliente*. : Cengage Learning.

Jogger, D & Lancaster, G (2012). *Administración de Ventas* . : Pearson, 8va Edición .

Johnson, F, Leenders, M & Flynn, A (2011). *Purchasing and Supply Management*. : McGraw Hill.

Johnston, M & Marshall, G (2010). *Administración de Ventas*. : McGraw Hill, 9na Edición.

Spiller, P, Reinecke, N, Ungerman, D & Teixeira, H (2014). *Procurement 20/20*. : Wiley.

### Recomendada

Chopra S & Meindl P (2013). *Administración de la Cadena de Suministros*. : Prentice Hall, Pearson.

Condecido, D (2019). *Digital CRM*. : Winning in the Age of Savvy Customers, Edicion Kindle.