



Sílabo de Administración de Ventas

I. Datos generales

Código	AAUC 00658			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2019			
Prerrequisito	Investigación de Mercados			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	2

II. Sumilla de la asignatura

Administración de la fuerza de ventas en el siglo 21 : Introducción a la administración de ventas y sus roles en evolución, administración de la ética en un entorno de ventas, administración de las relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades, el proceso de ventas; Organización y desarrollo de la fuerza de ventas; elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas, planeación y organización de la fuerza de ventas, administración del tiempo y del territorio, reclutamiento y selección de la fuerza de ventas: Administración y dirección de las actividades de la fuerza de ventas, capacitación de la fuerza de ventas, liderazgo de la fuerza de ventas, motivación de la fuerza de ventas, compensación de la fuerza de ventas; Control y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas; Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de las ventas, evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.

III. Competencia

Administración de la fuerza de ventas en el siglo 21 : Introducción a la administración de ventas y sus roles en evolución, administración de la ética en un entorno de ventas, administración de las relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades, el proceso de ventas; Organización y desarrollo de la fuerza de ventas; elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas, planeación y organización de la fuerza de ventas, administración del tiempo y del territorio, reclutamiento y selección de la fuerza de ventas: Administración y dirección de las actividades de la fuerza de ventas, capacitación de la fuerza de ventas, liderazgo de la fuerza de ventas, motivación de la fuerza de ventas, compensación de la fuerza de ventas; Control y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas; Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de las ventas, evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.



IV. Organización de los aprendizajes

Unidad	Conocimientos	Procedimientos	Actitudes
I	Concepto y evolución histórica de las ventas.	Información sobre la asignatura y aplicación de prueba de entrada.	Internalizar la filosofía y comportamiento del individuo desde el ángulo de las ventas como reconocer los procesos de la administración del equipo de ventas, la selección y formación del vendedor en función de los objetivos del negocio.
	Puntos a considerar en toda Administración de ventas.	Elabora un cuadro de análisis de las funciones de la administración en el campo de las ventas.	
	Proceso de contratación/selección de vendedores.	Sustenta los procedimientos para lograr seleccionar a vendedores eficientes.	
	Número de vendedores de una organización de ventas.	Presenta los cálculos para determinar el número conveniente de personas para la fuerza de vendedores.	
II	Las técnicas de ventas	Discute los pros y contras de las diferentes técnicas de ventas.	Planifica la dirección de las operaciones de un equipo de venta con uso adecuado de técnicas y procedimientos.
	Etapas en la formación de vendedores	Realiza "clínicas promocionales" frente al pleno de la clase aplicando las técnicas de ventas.	
	El programa de ventas	Presenta un trabajo monográfico sobre el Proceso de planeación de ventas en un territorio.	
	Las zonas, las rutas y el reparto del trabajo de ventas	Elabora los recorridos y ordena las actividades en un trabajo monográfico.	
Evaluación parcial			
III	Método para evaluar oportunidades del mercado en un territorio.	Desarrolla un plan sustentando y demostrando la potencialidad de su mercado meta.	Influenciar a los participantes a determinar las actividades propias de ventas a los productos/servicios en el marco del proceso de planificación.
	El Plan territorial de ventas	Presenta avances de su Plan de ventas, sustentándolo.	
	Los argumentos y las objeciones en el acto de ventas.	Presenta un vademécum de argumentos referidos a su producto.	
	La remuneración a la fuerza de ventas	Presenta un sistema creativo de remuneración a su fuerza de ventas.	
IV	Métodos de evaluación y control de ventas.	Presenta un cuadro comparativo de métodos de evaluación sugiriendo el empleo del más eficaz para su gestión.	Aplica los métodos más adecuados para evaluar los resultados en la gestión de ventas con rigurosidad científica.
	La cartera de cuentas	Elabora su cartera de cuentas, sustentando los puntos fuertes de su posición.	
	La evaluación y control de la fuerza de ventas	Aplica ratios y presenta cuadros de resultados, para el control respectivo.	
	La mentalidad cultural de la FF. de ventas	Sustenta por comparación, críticas a la personalidad de los vendedores	
Evaluación final			



V. Estrategias metodológicas

En las sesiones de aprendizaje se considera la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas, dentro y fuera del aula, contando con la dirección estratégica del docente.

El profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los alumnos; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de conocimientos de sus alumnos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad de participación activa en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia del cumplimiento del silabo.

VI. Sistema de evaluación

Rubros	Instrumentos	Peso
Evaluación diagnóstica	Prueba objetiva	
Consolidado 1	Ejercicios prácticos y monografías Evaluación oral y escrita	20%
Evaluación parcial	Prueba de desarrollo	20%
Consolidado 2	Ejercicios prácticos y monografías Evaluación oral y escrita	20%
Evaluación final	Prueba de desarrollo	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Prueba de desarrollo	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VII. Bibliografía

7.1 Básica

- Hair, J.E., Anderson, R.E. y Balbín, B.J. (2010). *Administración de ventas* (1ª ed.). México: Editorial Cengage Learning.
- Johnston, M. y Marshall, G. (2004). *Administración de ventas*. McGraw Hill Interamericana.



7.2 Complementaria

- Hughes, D.G. (2007). *Administración de ventas: Un enfoque de orientación profesional*. México: Thompson editores S.A.
- Salomón. M.R. (2008). *Marketing* (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Tony, A. y Catchcart, J. (2002). *Gerencia de ventas*. México: McGraw Hill.

7.3 Recursos digitales

- www.publirecta.com/Marketing
- www.ucm.es/BUCM/inf/hemeroteca.pdf
- <http://www.google.com.pe/webhp?tab=mw#hl=es&sa=N&biw=709&bih=321&tbs=bks:1&q=editions:dy07PAAACAAJ&fp=3753e346e17dbb72f>

2019.