

CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Modalidad Presencial

Asignatura de: Gestión Comercial	Resultado de Aprendizaje de la Asignatura: Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar estrategias para la gestión de ventas de la empresa, integrando el marketing y utilizando estrategias y herramientas desde un enfoque de rentabilidad y satisfacción del cliente final.
---	---

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
I	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar el uso correcto del marketing, su relación con el mercado y las necesidades de los clientes.	1 Semana	1	2	Definición y proceso del marketing, conocimiento del mercado, necesidades de los clientes, matriz estratégica del marketing y captura del valor de los clientes	Teórico	Aula
			2	2	Ventas, definición y proceso en la actualidad, tipos y tendencias.	Teórico	Aula
			3	2	Aplicación en la empresa de Estudio: AMOFIHT	Práctico	Campo Externo
		2 Semana	4	2	Como parte de la dirección comercial	Teórico	Aula
			5	2	El director comercial	Teórico	Aula
			6	2	Aplicación en la empresa de Estudio: Perfil de liderazgo del Jefe de Ventas	Práctico	Campo Externo
		3 Semana	7	2	Estableciendo los objetivos de la gestión comercial	Teórico	Aula
			8	2	Taller Caso de Objetivos de Gestión Comercial	Teórico - Práctico	Aula
			9	2	Aplicación en La Empresa de estudios KPIS de ventas FSM, DM, RTM Y MKT Y GENTE	Práctico	Campo Externo
		4 Semana	10	2	Los indicadores de gestión	Teórico	Aula

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
			11	2	Caso El dilema de indicadores de gestión	Teórico - Práctico	Aula
			12	2	Aplicación en La Empresa de estudios KPIS de ventas FSM, DM, RTM Y MKT Y GENTE	Práctico	Campo Externo
II	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar el modelo de una organización comercial, con su respectiva estructura, maximizando rentabilidad para el negocio	5 Semana	13	2	La naturaleza, importancia, comportamiento, organización, decisiones de diseño y administración del canal de distribución.	Teórico	Aula
			14	2	Caso de Canales de Distribución	Teórico - Práctico	Aula
			15	2	Aplicación de RTM a la Empresa de Estudio	Práctico	Campo Externo
		6 Semana	16	2	Automatización de las ventas; Herramientas para la toma de decisiones en cobertura de ventas. El MAPINFO	Teórico	Aula
			17	2	Caso Tecnología de información en Las Ventas	Teórico - Práctico	Aula
			18	2	Aplicación de Sistema en empresa	Práctico	Campo Externo
		7 Semana	19	2	Modelos de organizaciones comerciales y estructura de una gerencia de ventas,	Teórico	Aula
			20	2	Caso: El Liderazgo de los gerentes	Teórico - Práctico	Aula
			21	2	Aplicación de modelos de liderazgo	Práctico	Campo Externo
		8 Semana	22	2	Diseño de una organización comercial, innovación y automatización de una fuerza de ventas. □	Teórico	Aula

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
			23	2	Caso: Modelo BTB y BTC	Teórico - Práctico	Aula
			24	2	Evaluación parcial:	Teórico - Práctico	Aula
III	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar el proceso de la administración de un equipo comercial, desde la selección, capacitación, motivación y supervisión con el objetivo de lograr optimizar sus resultados como equipo.	9 Semana	25	2	Perfil, Reclutamiento y Selección de la Fuerza de ventas,	Teórico	Aula
			26	2	Caso: Vendedor Tecnológico	Teórico - Práctico	Aula
			27	2	Aplicación de la empresa	Práctico	Campo Externo
		10 Semana	28	2	Capacitación, Supervisión y Remuneración de la Fuerza de Ventas	Teórico	Aula
			29	2	Caso: De los Salarios a las competencias	Teórico - Práctico	Aula
			30	2	Aplicación modelo de remuneración de la empresa	Práctico	Campo Externo
		11 Semana	31	2	Pasos en el proceso de ventas BTB y BTC	Teórico	Aula
			32	2	Caso: La Industria Farmacéutica	Teórico - Práctico	Aula
			33	2	Aplicación en la empresa de estudio	Práctico	Campo Externo

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
IV	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un pronóstico de ventas, considerando las diferentes variables económicas que impactan en los negocios.	12 Semana	34	2	El Cliente, Manejo de cuentas claves e Indicadores Comerciales	Teórico	Aula
			35	2	Caso, el sales Speak, Morosidad y linealidad de ventas	Teórico - Práctico	Aula
			36	2	Aplicación en la empresa	Práctico	Campo Externo
		13 Semana	37	2	El Plan de ventas	Teórico	Aula
			38	2	Caso: Kola Real VS Emrisa	Teórico - Práctico	Aula
			39	2	Aplicación a la empresa de Estudios	Práctico	Campo Externo
		14 Semana	40	2	Pronósticos de Ventas	Teórico	Aula
			41	2	Caso: Fenómenos naturales vs Pronósticos	Teórico - Práctico	Aula
			42	2	Aplicación a la empresa de Estudios	Práctico	Campo Externo
15 Semana	43	2	Control y Evaluación del desempeño de la Fuerza de Ventas	Teórico	Aula		
	44	2	Caso: Ética en Ventas	Teórico - Práctico	Aula		

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
			45	2	Aplicación a la empresa de Estudios	Práctico	Campo Externo
		16 Semana	46	2	La Calibración del Desempeño	Teórico	Aula
			47	2	Grupo 1 Exposición de plan de ventas	Teórico - Práctico	Aula
			48	2	Evaluación final: El Plan de ventas de mie empresa	Teórico - Práctico	Aula