



SÍLABO DEL CURSO: GERENCIA DE VENTAS

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Código	: 81175
1.2. Ciclo	: VIII
1.3. Créditos	: 5
1.4. Área Curricular	: Especialidad
1.5. Condición	: Electivo
1.6. Semestre Académico	: 2022 A
1.7. Duración	: 17 semanas
1.8. Horas Semanales	: Teoría: 4 horas – Práctica: 2 horas
1.9. Requisitos	: 71148 Marketing Estratégico
1.10. Escuela Profesional	: Administración
1.11. Profesores	: Mg. Raúl Suárez Bazalar
1.12. Texto Básico	: Venta Personal y Dirección de Ventas, Ines Kuster Boluda – Sergio Román Nicolás, Ediciones Paraninfo, España 2008

II. SUMILLA

Asignatura teórico práctica. El propósito es brindar conocimiento del contenido y dinámica de la gestión gerencial, definir criterios en la formulación de políticas y estrategias de penetración comercial, medición de la gestión comercial mediante la evaluación de la acción gerencial en venta. Comprende: análisis situacional e identificación de las oportunidades de mercado, estrategias y programas de ventas, decisiones para la entrega de valor, la comunicación del valor y la venta personal y dirección de ventas.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje:

- Unidad I: Planeación de ventas
- Unidad II: Clientes y factor humano en ventas
- Unidad III: Organización de las ventas
- Unidad IV: Dirección de ventas

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Competencias Generales:

Demuestra manejo de estrategias y herramientas del proceso administrativo para adaptarse e intervenir de manera proactiva en la gestión administrativa de organizaciones de diversos sectores y rubros.

Competencias específicas:

Propone estrategias de planeamiento, ejecución (organización y dirección), control y mejora de las diferentes áreas de la gestión administrativa bajo estándares de calidad para la obtención de resultados previstos de manera efectiva, con una gestión de riesgos oportuna.

IV. CAPACIDADES

- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Gran capacidad de comunicación.
- Facilidad de adaptación a nuevos lugares y entornos multiculturales.
- Capacidad de coordinación y gestión de equipos de trabajo y de plazos temporales.



V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I : Planeación de ventas

CAPACIDAD : Capacidad para el trabajo en equipo.
Gran capacidad de comunicación.

ACTITUDES : Valora la importancia del proceso de planeación de ventas.
Evalúa la relevancia de las estimaciones para las ventas.

Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Estrategia de aprendizaje	Horas
1	Las ventas en las Organizaciones actuales. Ubicación del área de Ventas en las Organizaciones.	Reflexiona sobre las ventas actuales.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
2	El Marketing y las Ventas en la actualidad. Proceso o de Ventas.	Describe el proceso de ventas en las organizaciones.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
3	Estimaciones de las Ventas: Potencial de Mercado y de Ventas. El pronóstico y el Presupuesto de Ventas.	Describe las características de las estimaciones de ventas	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
4	Los Canales de Distribución.	Se destaca la utilidad de los canales de distribución.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6

Referencias

Libro: Venta Personal y Dirección de Ventas; Autor: Ines Kuster – Sergio Roman; Año: 2008; Lugar: España; Editorial: Paraninfo.

<https://alfonsogu.files.wordpress.com/2009/03/venta-personal-y-direccion-de-ventas.pdf>

UNIDAD II: Clientes y factor humano en ventas

CAPACIDAD : Capacidad para el trabajo en equipo.

Facilidad de adaptación a nuevos lugares y entornos multiculturales

ACTITUDES : Valora y juzga la importancia de los clientes y del factor humano en las ventas.

Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Estrategia de aprendizaje	Horas
5	Clientes. Clasificación. Proceso de toma de decisiones del consumidor.	Clasifica los tipos de clientes y analizan sus tipos de respuestas. Reconoce el análisis del consumidor para tomar decisiones	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
6	Factor humano en ventas, perfiles, selección y reclutamiento.	Valora la importancia de la necesidad de un adecuado perfil y reclutamiento de personas para el equipo de venta.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
7	Inteligencia emocional. Motivación y capacitación.	Destaca procesos de gestionar las emociones. Motivación y	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6



		capacitación para la mejora continua del equipo de ventas.		
8	Examen Parcial			

Referencias

Libro: Venta Personal y Dirección de Ventas; Autor: Ines Kuster – Sergio Roman; Año: 2008; Lugar: España; Editorial: Paraninfo.

<https://alfonsogu.files.wordpress.com/2009/03/venta-personal-y-direccion-de-ventas.pdf>

UNIDAD III : Organización de Ventas

Duración 4 semanas

CAPACIDAD : Gran capacidad de comunicación.

Facilidad de adaptación a nuevos lugares y entornos multiculturales

ACTITUDES : Valora y juzga la aplicación el proceso de organización de las ventas.

Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Estrategia de aprendizaje	Horas
9	Administración del Tiempo y del Territorio. Análisis de la Cartera.	Se estudia y propone formas de manejo del territorio de ventas.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
10	Sistemas de Cuotas de Ventas. Compensaciones y motivación al equipo de ventas.	Se proponen métodos para cuantificar resultados y compensaciones de vendedores	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
11	Control y evaluación de la Fuerza de Ventas.	Se proponen métodos de control y evaluación de vendedores.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
12	Los Precios y la Gerencia de Ventas. Estrategia de Servicio y Satisfacción al Cliente.	Se analizan las estrategias y tácticas de ventas.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6

Referencias

Libro: Venta Personal y Dirección de Ventas; Autor: Ines Kuster – Sergio Roman; Año: 2008; Lugar: España; Editorial: Paraninfo.

<https://alfonsogu.files.wordpress.com/2009/03/venta-personal-y-direccion-de-ventas.pdf>



UNIDAD IV : Dirección de Ventas

CAPACIDAD : Gran capacidad de comunicación.

Facilidad de adaptación a nuevos lugares y entornos multiculturales

ACTITUDES : Valora y juzga la importancia de la dirección de ventas.

Semana	Contenido Conceptual	Contenido Procedimental	Estrategia de aprendizaje	Horas
13	Técnicas de ventas y manejos de objeciones	Reconoce la importancia de la técnica de ventas.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
14	El gerente de ventas. Dirección de ventas.	Describe las características y responsabilidades de los gerentes de ventas.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
15	Presentación del Informe final	Reconoce y entiende el proceso de desarrollo de un plan de ventas.	Clase virtual y trabajo en equipo para desarrollar casos prácticos.	6
16	Examen Final			
17	Examen Sustitutorio			

Referencias

Libro: Venta Personal y Dirección de Ventas; Autor: Ines Kuster – Sergio Roman; Año: 2008; Lugar: España; Editorial: Paraninfo.

<https://alfonsogu.files.wordpress.com/2009/03/venta-personal-y-direccion-de-ventas.pdf>

VI. METODOLOGIA

6.1 Estrategias centradas en la enseñanza

- Clase dialogante.
- Clase de modalidad virtual.

6.2 Estrategias centradas en el aprendizaje

- Desarrollo de casos.
- Foro de discusión.
- Exposición participativa

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- Presentación de diapositivas.
- Presentación de videos.
- Trabajo de investigación.

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante.

Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se evalúa antes del proceso, durante y al finalizar este.

Para efectos de calcular el resultado final de la evaluación asignatura, se utiliza la siguiente fórmula:



$$\text{EXP (0.1)} + \text{EXF (0.1)} + \text{EPC (0.30)} + \text{ET (0.3)} + \text{EA (0.1)} + \text{EPRS (0.15)} = \text{T (1.0)}$$

EXP = Examen Parcial

EXF = Examen Final

EPC = Evaluación de prácticas calificadas

ET= Evaluación de trabajos

EA = Evaluación actitudinal

EPRS = Evaluación y responsabilidad social universitaria

EA = Evaluación total

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

9.1. Fuentes bibliográficas

Libro: Administración de Ventas; Autor: Johnson Mark – Marshall Greg ; Año: 2009; Lugar: Mexico; Editorial: McGraw Hill

<https://utecno.files.wordpress.com/2013/06/administracion3b3n-de-ventas.pdf>

9.2. Fuentes hemerográficas

Autor: Ivan Thompson, Administración de la fuerza de ventas, Mayo 2006

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ejec/AE/MM/AM/08/admin_fuerza_de_ventas.pdf

9.3. Fuentes electrónicas

Artículos del Harvard Deusto – Marketing y Ventas 2020

https://www.harvard-deusto.com/revista/marketing_y_ventas

X. RÉGIMEN DE ESTUDIOS

El régimen de estudios del programa de Administración es de modalidad virtual.

Callao, abril del 2022