FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	35844
Nom	Gestió comercial i vendes
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2016 - 2017

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	Facultat d'Economia	4	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	27 - Gestión de Marketing	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
CANALES RONDA, PEDRO	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM

L'assignatura Gestió Comercial i Vendes posseeix caràcter optatiu i està prevista la seva docència en el primer semestre del quart curs del Grau en Administració i Direcció d'Empreses, dins de la Intensificació Curricular de Direcció Comercial, al costat de les matèries Distribució Comercial i Comunicació de Màrqueting. És per tant una assignatura d'especialització que es centra en que l'alumne aprofundeixi en l'àmbit de la direcció de vendes, tant des d'una perspectiva teòrica com pràctica. Certament aquesta eina del màrqueting ha estat tradicionalment infravalorada, i no obstant això el seu paper en l'empresa és clau. Els continguts de l'assignatura han estat estructurats en dos blocs relacionats entre si.

Així, a la primera part, "Introducció a la venda personal ia la direcció de vendes", es desenvolupa el concepte de la venda personal, que
analitza i desenvolupa el concepte de relacions a llarg termini amb els clients estudiades des del marc teòric més ampli de la relació entre persones i la importància que té la comunicació com a element bàsic per al maneig del procés de relacions amb la clientela. Igualment s'estudien la comprensió estratègica del producte i del client com a elements bàsics, la informació ha de manejar el venedor des d'una formació molt completa dels mateixos. Se centra també l'atenció sobre l'enfocament relacional i l'ètica en les vendes.

La segona part, "La Direcció de Vendes", analitza la direcció del personal de vendes en la seva triple dimensió de l'elaboració del pla de vendes, la direcció de l'equip de venedors i el control del programa de vendes. El nucli central d'aquest segon bloc el constitueixen la política de selecció de venedors, els plans de formació dels equips de venda, la motivació del venedor i els seus sistemes de recompensa o remuneració, i el control de venedors.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

COMPETÈNCIES

1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses

- Capacitat d'organització i planificació.
- Comunicació oral i escrita en la llengua nativa.
- Capacitat per a la resolució de problemes.
- Capacitat de prendre decisions.
- Capacitat per a treballar en equip.
- Compromís amb l'ètica i la responsabilitat social.
- Capacitat d'aprenentatge autònom.
- Creativitat.
- Motivació per la qualitat.
- Comprendre les claus de funcionament del mercat i els efectes de les seues diferents estructures.
- Saber realitzar diagnòstics estratègics en entorns complexos i incerts, utilitzant les metodologies adequades per a resoldre'ls.
- Capacitat per a prendre decisions en ambients de certitud i incertesa.
- Relacionar els diferents elements que interactuen en les decisions dels individus.
- Saber plantejar objectius i estratègies en els diferents nivells de l'organització, i valorar les implicacions i necessitats per a la seua consecució.
- Capacitat per a planificar, organitzar, controlar i avaluar la posada en pràctica de les estratègies empresarials.

- Comprendre i valorar les característiques i la utilitat de les diferents estratègies empresarials, tant en el nivell competitiu com en el corporatiu.
- Capacitat per a identificar el client extern al qual es dirigirà l'organització.
- Capacitat per a dirigir, formar i motivar un equip de vendes.
- Capacitat per a crear relacions amb els clients per sobre de les situacions d'intercanvi.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Estan relacionats amb els coneixements professionals ("saber fer") que l'estudiant ha d'adquirir al llarg del desenvolupament de l'assignatura. Així, l'assignatura de Gestió Comercial i de Vendes persegueix promoure les següents destreses o resultats d'aprenentatge:

- Dominar la terminologia i costums pròpies del desenvolupament professional en comunicació, distribució i vendes
- Crear i dirigir un equip de venedors
- Establir els objectius, incentius i organització d'una xarxa de vendes
- Desenvolupar els fonaments per a la creació de relacions duradores amb els clients
- Ser capaç de realitzar un pressupost comercial i desenvolupar la seva implementació i control
- Manejar fonts d'informació relacionades amb la venda i direcció de vendes.
- Buscar, recopilar, gestionar i extreure conclusions d'aquesta informació.
- Buscar solucions als problemes imprevistos que es presenten a la direcció comercial.
- Desenvolupar-se en les relacions interpersonals.
- Aplicar les teories i conceptes bàsics sobre oferta i demanda a diferents tipus d'empreses.
- Habilitat per interconnectar, relacionar i posar en pràctica els coneixements teòrics que al llarg del curs se li presenten, de manera que sigui capaç de prendre decisions estratègiques coherents a partir d'informació obtinguda de casos majoritàriament d'empreses
  reals.
- Manejar criteris, instruments i tenir habilitats en el procés de la difusió d'informació

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Aproximació al camp de la venda personal i de la dirección de vendes: l'ètica

2. La venda personal des del prisma relacional

3. Inici de la relació

4. Desemvolupament de la relació

5. Manteniment i expansió de la relació

6. Planificació i organització de la força de vendes

7. La selección de venedors

8. La formació de l'equip de vendes

9. Motivació i remuneració

10. Avaluació i control

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	30,00	100
Pràctiques en aula	30,00	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	9,00	0
Elaboració de treballs en grup	22,00	0
Elaboració de treballs individuals	22,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	35,00	0
TOTAL	**148,00**	

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent a desenvolupar en l'assignatura de Gestió Comercial i Vendes ha de contribuir a assolir eficaçment els objectius formatius, destreses, competències i habilitats socials. En aquest sentit, la metodologia en les classes teòriques es basa principalment en les explicacions del professor i en l'estudi d'algun dels manuals bàsics que es recullen a la bibliografia. A més, serà necessària la lectura de determinats continguts recollits en les lectures que apareixen en cadascun dels temes. Per la seva banda, en les classes pràctiques es requereix una activa participació de l'estudiant, que sota la direcció del professor desenvoluparà exercicis i aplicacions sobre el contingut de l'assignatura. A continuació s'explica amb més detall la metodologia a emprar en les dues classes així com els recursos docents proposats.

AVALUACIÓ

La matèria s'avaluarà tant a través de proves (d'assaig, objectives i orals) com a través de tècniques d'observació. Les proves consistiran
en treballs a presentar al llarg del curs i exàmens (amb preguntes d'assaig i / o objectives), així com la presentació oral dels treballs o pràctiques realitzades. Les tècniques d'observació permetran avaluar la capacitat de l'estudiant per treballar en equip, argumentar i defensar idees, així com les actituds d'acord amb criteris d'equitat, igualtat i respecte dels drets humans.

Prova escrita: 50%

Avaluació continuada: 50%

REFERÈNCIES

Bàsiques

-
- Artal, M. (2010). "Dirección de Ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Editorial ESIC.
- Román, S. y Küster, I. (2014). "Gestión de la venta personal y de equipos comerciales". Ed. Paraninfo