

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

<b>Código</b>	35844
<b>Nombre</b>	Gestión Comercial y Ventas
<b>Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6.0
<b>Curso académico</b>	2022 - 2023

**Titulación(es)**

<b>Titulación</b>	<b>Centro</b>	<b>Curso</b>	<b>Periodo</b>
1313 - Grado de Administración y Dirección de Empresas	Facultad de Economía	4	Primer cuatrimestre

**Materias**

<b>Titulación</b>	<b>Materia</b>	<b>Caracter</b>
1313 - Grado de Administración y Dirección de Empresas	27 - Gestión de Marketing	Optativa

**Coordinación**

<b>Nombre</b>	<b>Departamento</b>
KUSTER BOLUDA, INES	43 - Comercialización e Investigación de Mercados

**RESUMEN**

La asignatura Gestión Comercial y Ventas posee carácter optativo y está prevista su docencia en el primer semestre del cuarto curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, dentro de la Intensificación Curricular de Dirección Comercial, junto a las materias Distribución Comercial y Comunicación de Marketing. Es por tanto una asignatura de especialización que se centra en que el alumno profundice en el ámbito de la dirección de ventas, tanto desde una perspectiva teórica como práctica. Ciertamente esta herramienta del marketing ha sido tradicionalmente infravalorada, y sin embargo su papel en la empresa es clave. Los contenidos de la asignatura han sido estructurados en dos bloques relacionados entre sí.

Así, en la primera parte, “Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas”, se desarrolla el concepto de la venta personal, que analiza y desarrolla el concepto de relaciones a largo plazo con los clientes estudiadas desde el marco teórico más amplio de la relación interpersonal, así como la importancia que tiene la comunicación como elemento básico para el manejo del proceso de relaciones con la clientela. Igualmente se estudian la comprensión estratégica del producto y del cliente como elementos básicos, cuya información debe manejar el vendedor desde una formación muy completa de los mismos. Se centra también la atención sobre el enfoque relacional y la ética en las ventas.



La segunda parte, “La Dirección de Ventas”, analiza la dirección del personal de ventas en su triple dimensión de la elaboración del plan de ventas, la dirección del equipo de vendedores y el control del programa de ventas. El núcleo central de este segundo bloque lo constituyen la política de selección de vendedores, los planes de formación de los equipos de venta, la motivación del vendedor y sus sistemas de recompensa o remuneración; y el control de vendedores.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

### Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

### Otros tipos de requisitos

## COMPETENCIAS

### 1313 - Grado de Administración y Dirección de Empresas

- Capacidad de organización y planificación.
- Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.
- Capacidad para la resolución de problemas.
- Capacidad de tomar decisiones.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Compromiso con la ética y la responsabilidad social.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Creatividad.
- Motivación por la calidad.
- Comprender las claves de funcionamiento del mercado y los efectos de sus diferentes estructuras.
- Saber realizar diagnósticos estratégicos en entornos complejos e inciertos, utilizando las metodologías adecuadas para resolverlos.
- Capacidad para tomar decisiones en ambientes de certidumbre e incertidumbre.
- Relacionar los diferentes elementos que interactúan en las decisiones de los individuos.
- Saber plantear objetivos y estrategias en los diferentes niveles de la organización así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.
- Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en práctica de las estrategias empresariales.



- Comprender y valorar las características y utilidad de las distintas estrategias empresariales, tanto en el nivel competitivo como en el corporativo.
- Capacidad para identificar al cliente externo al que va a dirigirse la organización.
- Capacidad para dirigir, formar y motivar a un equipo de ventas.
- Capacidad para crear relaciones con los clientes por encima de las situaciones de intercambio.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Están relacionados con los conocimientos profesionales (“saber hacer”) que el estudiante debe adquirir a lo largo del desarrollo de la asignatura. Así, la asignatura de *Gestión Comercial y de Ventas* persigue promover las siguientes destrezas o resultados de aprendizaje:

- Dominar la terminología y costumbres propias del desarrollo profesional en comunicación, distribución y ventas
- Crear y dirigir un equipo de vendedores
- Establecer los objetivos, incentivos y organización de una red de ventas
- Desarrollar los fundamentos para la creación de relaciones duraderas con los clientes
- Ser capaz de realizar un presupuesto comercial y desarrollar su implementación y control
- Manejar fuentes de información relacionadas con la venta y dirección de ventas.
- Buscar, recopilar, manejar y extraer conclusiones de dicha información.
- Buscar soluciones a los problemas imprevistos que se presentan en la dirección comercial.
- Desenvolverse en las relaciones interpersonales.
- Aplicar las teorías y conceptos básicos sobre oferta y demanda a diferentes tipos de empresas.
- Habilidad para interconectar, relacionar y poner en práctica los conocimientos teóricos que a lo largo del curso se le presentan, de forma que sea capaz de tomar decisiones estratégicas coherentes a partir de información basada en casos mayoritariamente de empresas reales.
- Manejar criterios, instrumentos y tener habilidades en el proceso de la difusión de información.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Aproximación al campo de la venta personal y de la dirección de ventas: la ética

### 2. La venta personal desde el prisma relacional

### 3. Inicio de la relación

**4. Desarrollo de la relación****5. Mantenimiento y expansión de la relación****6. Planificación y organización de la fuerza de ventas****7. La selección de vendedores****8. Formación del equipo de ventas****9. Motivación y remuneración****10. Evaluación y control de la función de ventas y del vendedor individual****VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula	30,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	9,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	22,00	0
Elaboración de trabajos individuales	22,00	0
Preparación de actividades de evaluación	35,00	0
<b>TOTAL</b>	<b>148,00</b>	

**METODOLOGÍA DOCENTE**

La metodología docente a desarrollar en la asignatura de *Gestión Comercial y Ventas* debe contribuir a alcanzar eficazmente los objetivos formativos, destrezas, competencias y habilidades sociales. En este sentido, la metodología en las clases teóricas se basa principalmente en las explicaciones del profesor y en el estudio de alguno de los manuales básicos que se recogen en la bibliografía. Adicionalmente, será necesaria la lectura de determinados contenidos recogidos en las lecturas que aparecen en cada uno de los temas. Por su parte, en las clases prácticas se requiere una activa participación del estudiante, que bajo la dirección del profesor desarrollará ejercicios y aplicaciones acerca del contenido de la asignatura. A continuación se explica con mayor detalle la metodología a emplear en ambas clases así como los



recursos docentes propuestos.

## EVALUACIÓN

La materia se evaluará tanto a través de pruebas (de ensayo, objetivas y orales) como a través de técnicas de observación. Las pruebas consistirán en trabajos a presentar a lo largo del curso y exámenes (con preguntas de ensayo y/o objetivas), así como la presentación oral de los trabajos o prácticas realizadas. Las técnicas de observación permitirán evaluar la capacidad del estudiante para trabajar en equipo, argumentar y defender ideas, así como sus actitudes de acuerdo con criterios de equidad, igualdad y respeto a los derechos humanos.

Para aprobar la asignatura hay que superar (5 sobre 10) las dos partes de la evaluación (prueba escrita y evaluación continua). En caso de no superar alguna de las partes, no se calculará la nota media y la nota final de la asignatura será la de la parte no superada. Para la segunda convocatoria se guardará la nota de la parte superada.

Prueba escrita: 60% de la nota final de la asignatura. Es recuperable en la segunda convocatoria.

Evaluación continua: 40% de la nota final de la asignatura. Es NO recuperable en la primera convocatoria. Para ser aprobada en la segunda convocatoria se deberá superar un examen de tipo práctico, además de haber entregado la resolución de los casos prácticos indicados por el profesor para la segunda convocatoria.

## REFERENCIAS

### Básicas

- Román, S. y Küster, I. (2014). "Gestión de la venta personal y de equipos comerciales". Madrid: Paraninfo