

## **I. DATOS XERAIS DA MATERIA**

- |  |  |
|--|--|
| a) <b>Nome oficial.</b>                                      | Organización e Administración de Ventas        |
| b) <b>Titulación.</b>  | ADE  |
| c) <b>Créditos</b>   | 4.5 (Teóricos 3; Prácticos 1.5)                |
| d) <b>Curso.</b>   | Quinto (Esp. Dir. Comer.)                      |
| e) <b>Código da materia.</b>                                 | 611211617                                      |
| f) <b>Tipo.</b>  | Optativa                                       |
| g) <b>Impartición.</b>                                       | Segundo Cuadrimestre                           |
| h) <b>Departamento/s responsable/s.</b>                      | Análise Económico e Administración de Empresas |
| i) <b>Profesor/a coordinador/responsable da docencia . :</b> |  |

### **Información por grupo**

- 1) Nome e apellidos do profesor/a que impartirá docencia:**
- 2) Lugar e horario de tutorías**
- 3) E-mail:**
- 4) Universidade Virtual**
- 5) Lingua na que se impartirá a docencia:  
Castellano**

## **II. OBXECTIVOS DA MATERIA**

- 1.- Formar y guiar a los estudiantes en todo el espectro de las actividades de la Administración de Ventas, ayudándoles a identificar los conceptos y temas clave del programa de ventas de las empresas así como su integración en los demás elementos de la estrategia de Marketing de la Empresa.
- 2.- Ofrecer un programa general integrado y actualizado de las teorías acumuladas de la Organización y Administración de Ventas y las pruebas de investigaciones relativas al tema.

3.- Enseñar como los administradores reales aplican estas teorías y principios a sus organizaciones.

### **III. METODOLOGÍA**

- a).-Mediante ejercicios prácticos
- b)- Material de apoyo visual
- c).- El desarrollo de casos concretos, con aplicación de nuevos conceptos la administración como la CRM.

### **IV. AVALIACIÓN**

25 / 75 %

- Ejercicios prácticos
- Evaluación y Control

### **V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS**

La estructura de la materia se desarrolla en tres grandes bloques :

- 1.- Formulación del programa de ventas
- 2.- Implantación del programa de ventas
- 3.- Evaluación y control del programa de ventas

### **VI. RECOMENDACIONES**

Los alumnos conocerán de antemano los objetivos de aprendizaje de cada capítulo pudiendo aprovecharlos como guía para los intercambios de ideas y para elaborar pruebas que les permitan sacar el mayor provecho posible de su estudio.

### **VII. FONTES DE INFORMACIÓN**

**Churchill/ Ford/ Walkers .** *Administración de Ventas.* Mc Graw Hill.

**Dale M. Lewison .** *Ventas al detalle.* Prentice. may

**Dionisio Cámara / Maria Sanz .** *Dirección de ventas .* Prentice Hall