



ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS ORGANIZACIÓN E ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

I. DATOS XERAIS DA MATERIA

CENTRO

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Campus Elviña, 15071 A Coruña, tel. 981 167000)

TITULACIÓN

Administración y Dirección de Empresas (ADE)

DEPARTAMENTO

Análisis Económico y Administración de Empresas

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Comercialización e investigación de mercados

CRÉDITOS

4,5 (teóricos 3, prácticos 1,5)

CURSO

Quinto (especialidad Dirección Comercial)

CÓDIGO DE LA MATERIA

611211617

TIPO

Optativa 2º cuatrimestre

PROFESOR RESPONSABLE

Marta Rey García

Tel. 981-167000 – extensión 2435

e-mail martarey@udc.es

Tutorías: viernes de 15:30 a 18:30 horas en el despacho nº 219 bis (Departamento de AEAE)

II. OBXECTIVOS DA MATERIA

Introducir a los alumnos de 5º de la licenciatura en ADE con orientación comercial a los elementos clave de un programa de ventas, desde su diseño hasta su evaluación pasando por los retos de su implantación, y siempre en el contexto más amplio de la estrategia de marketing de la empresa. Incidir sobre la mejora de las capacidades de comunicación persuasiva, negociación y autogestión como capacidades comerciales por excelencia.

III. METODOLOXÍA

La metodología docente integrará la exposición de los principales objetivos de aprendizaje y términos clave por parte del profesor, con la preparación de casos prácticos individuales/en equipo para su posterior entrega/presentación pública/discusión guiada en el aula y el análisis de literatura de actualidad sobre la materia previamente seleccionada por el profesor.

IV. AVALIACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se realizará una evaluación continua a lo largo de todo el curso en términos de asistencia y participación individuales y de presentación de casos prácticos y análisis de materiales reales en grupos de 4 alumnos máximo. Peso sobre calificación final: 40%.

Se realizará también un examen final que combinará una batería de preguntas tipo test, de carácter eliminatorio, con preguntas de breve desarrollo que podrán estar basadas sobre un caso práctico. Peso sobre calificación final: 60%.

CALENDARIO DE EXÁMENES

- 30 de junio de 2008 a las 16 horas
- 12 de septiembre de 2008 a las 19 horas

El acceso a los exámenes se realizará previa presentación del DNI

V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS

1. Formulación del programa de ventas
 - a. El proceso de compra y el de venta
 - b. La administración de las relaciones con los clientes (CRM)
 - c. La organización del esfuerzo de ventas
 - d. El papel estratégico de la información: pronósticos de ventas, cuotas, territorios
2. Implantación del programa de ventas
 - a. El desempeño y la motivación del vendedor
 - b. Reclutamiento, capacitación y compensación de la fuerza de ventas
3. Evaluación y control del programa de ventas
 - a. Análisis de costos
 - b. Análisis del comportamiento y otros desempeños

VI. RECOMENDACIONES

Se valorará positivamente no sólo la asistencia de los alumnos sino también su participación activa en la discusión de casos prácticos y literatura de actualidad sobre la materia. Es obligatorio entregar la ficha del alumno cumplimentada dentro de los primeras tres semanas del cuatrimestre

VII. FONTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- JOHNSTON, Mark W. y MARSHALL, Greg W.: *Churchill / Ford / Walker's Administración de ventas*, séptima edición, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 2004.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ALESSANDRA, Tony, CATHCART, Jim y WEXLER, Phillip: *Vender por objetivos*, Ediciones Deusto, Barcelona, 2007.