

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor TIFF (sin comprimir).

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

Prof. Dra. Marta Rey García

Tel. 981-167000 – extensión 2435

e-mail martarey@udc.es

Tutorías: viernes de 14,45 a 15,45 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. La asignatura está claramente orientada a la práctica empresarial y a la mejora de la empleabilidad de los alumnos.

III. METODOLOGÍA

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 o 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 del cuatrimestre 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 global en la convocatoria de junio: mínimo 30% - máximo 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 global en la convocatoria de junio: máximo 70% - mínimo 60%.

En la convocatoria de septiembre los alumnos podrán elegir entre guardar la puntuación obtenida durante el curso en la evaluación continua para ponderación con el examen final según el sistema de la convocatoria de junio arriba descrito, o bien optar por realizar sólo el examen final con un peso del 100% sobre la calificación global.

CALENDARIO DE EXÁMENES

- 11 de junio de 2009 a las 16 horas
- 8 de septiembre de 2009 a las 12 horas

Es imprescindible presentar el DNI en el momento del acceso a los exámenes

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
2. Implantación, evaluación y control del programa de ventas
 - a. El papel estratégico de la información: pronósticos de ventas, cuotas, territorios, análisis de costos
 - b. Reclutamiento, capacitación y compensación de la fuerza de ventas
 - c. El desempeño y la motivación del vendedor
3. Capacidades comerciales: comunicación persuasiva, negociación, autogestión

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, y la entrega puntual y ajustada a requerimientos de los trabajos individuales.

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

- CÁMARA, Dionisio y SANZ, María, *Dirección de ventas. Vender y fidelizar en el nuevo milenio*, Pearson Prentice Hall, 2001.
- ALESSANDRA, Tony, CATHCART, Jim y WEXLER, Phillip (2007), *Vender por objetivos*, Ediciones Deusto, Barcelona.
- LAREKI GARMENDIA, Félix (2007), *55 respuestas a preguntas clave en ventas. Lo que debe saber el líder de un equipo comercial. Lo que necesita conocer su equipo de ventas*. ESIC Editorial, Madrid.
- CHIESA DI NEGRI, Cosimo (2007), *Vender es mucho más. Secretos de la fidelización en la venta*. Ediciones Urano (Empresa Activa), Barcelona.