



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Dirección de Ventas
CÓDIGO	:	AM229
CICLO	:	202202
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Marketing

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

El curso Dirección de Ventas es un curso de carácter teórico-práctico dirigido a los estudiantes de 8vo ciclo; el curso de Dirección de Ventas brinda al alumno los conceptos claves para el desarrollo de habilidades para la gestión de ventas. Conocerán las diversas herramientas y variables para gestionar al equipo de ventas y alcanzar los objetivos empresariales. El profesor, en su rol de facilitador, los motivará, capacitará y les dará seguimiento para el cumplimiento de estos objetivos.

Tiene como pre-requisito la asignatura Ventas y Negociación (AM226).

Competencias

Ciudadanía (nivel 3)

Capacidad para evaluar el sentido ético de las acciones y decisiones en su relación con la convivencia humana en sociedades plurales y el respeto de los derechos y deberes ciudadanos.

Toma de decisiones (nivel 3)

Explica la idoneidad de los criterios de decisión y usa herramientas para evaluar y seleccionar la mejor alternativa para un determinado escenario, teniendo como meta la visión a largo plazo de la organización y considerando su impacto en los stakeholders.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante comprende y propone estrategias de ventas a través de un Plan de Ventas, de manera coherente con el análisis de tendencias del mercado.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA
--

LOGRO

Comprender y analizar la dirección de ventas como generadora de estrategias comerciales que permite alcanzar los objetivos establecidos en el plan de marketing. Desarrollar las competencias necesarias para seleccionar, formar, retribuir, liderar y motivar un equipo de vendedores que sean capaces de añadir valor a la empresa.

TEMARIO

Semana 1

Introducción al curso ¿ La función de dirección de ventas

Contenido:

- Presentación del curso
- Presentación de los alumnos
- Explicación de la modalidad
- Elección de delegado y formación de grupos de trabajo
- Actividad: Trabajo en equipo, conversar sobre la función de dirección de Ventas.
- La Función de dirección de ventas
- Conceptos centrales de ventas

Actividades de aprendizaje:

- Presentación de contenidos: Clase teórica sobre Introducción al curso
- Actividad: Trabajo en equipo, conversar sobre la función de dirección de Ventas.
- Presentación de contenido: Introducción Unidad 1

Evidencias de aprendizaje

- Debate en grupo
- Exposición grupal: Grupos presentan los conceptos debatidos y acordados
- Explicación teórica

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 1 "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 1. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.

Semana 2

El rol del director de ventas

Contenido:

- Lectura: "Estilos de dirección"
- La organización de la estructura de ventas
- Rol del Director de Ventas
- Dimensiones de la gerencia de ventas
- Caso: Trabajo en equipo, analizar el rol del director de ventas y los diferentes estilos.
- El proceso comercial

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Dirección de Ventas
- Video. Rol del Director de Ventas
- Presentación de contenido: Procesos Comerciales.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica

- Trabajo grupal: Dinámica grupal donde los alumnos presentan un análisis referente al rol y responsabilidades del director de ventas en la empresa.
- Debate sobre el rol del director de ventas en la empresa.

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 2. "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 1. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 1. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.
- Perez, Fabian y Raymond Schefer (2013). Cap 4. "Dirección Comercial Avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Buenos Aires. Argentina. Cengage Learning. 1ra Edición.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1 y 2

UNIDAD N°: 2 GESTIÓN DE LAS VENTAS

LOGRO

En esta unidad nos enfocamos en diseñar, dirigir e implementar un plan de ventas vinculado con el plan de marketing, que permita aprovechar las oportunidades de negocio. Se desarrollarán los puntos más importantes referidos a la planeación de las ventas, la previsión comercial y las operaciones de ventas.

TEMARIO

Semana 3

La planeación de Ventas

Contenido.

- Lectura / Video: Metodología FODA
- Lectura / Video: Objetivos SMART
- El plan estratégico de la empresa
- Factores que afectan la realidad
- Entornos de Incertidumbre.
- Caso de estudio: entornos VUCA.
- El proceso de planeación de ventas
- Establecimiento de objetivos
- Análisis FODA

Actividades de aprendizaje

- Video "Técnica FODA"
- Video "Objetivos SMART"
- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Plan de Ventas
- Caso Entornos VUCA. Dinámica grupal, los alumnos realizan un análisis VUCA del mercado y su entorno.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- Presentación grupal.

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 4 "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de

vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.

- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 2. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.

- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 8. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

- Perez, Fabian y Raymond Schefer (2013). Cap 1 y Cap 4. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Buenos Aires. Argentina. Cengage Learning. 1ra Edición.

Semana 4

Estrategias y tácticas comerciales.

Contenido:

- Plan de acción.
- Estrategias y tácticas comerciales.
- Implementación del Plan de Ventas.
- Caso de estudio: Análisis FODA y diseño de objetivos.
- El modelo de control comercial.
- El Cuadro de mandos comercial.
- Estrategia de mejora de la productividad.

Actividades de aprendizaje

- Caso de estudio: Análisis FODA y Diseño de Objetivos.
- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Plan de Acción.
- Análisis FODA y Diseño de Objetivos. Dinámica grupal, los alumnos realizan un análisis FODA y diseñan objetivos comerciales.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- Trabajo grupal

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 4 "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.

- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 2. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.

- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 8. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

- Perez, Fabian y Raymond Schefer. (2013). Cap 4. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Cengage Learning - ADEN. 1ra ed. 2013.

Semana 5

La previsión de ventas.

Contenido:

- Práctica Calificada 1 (PC = 10%)
- Previsión de las ventas.
- Lectura: Métodos para la previsión de ventas.
- Potenciales de mercado.

Actividades de aprendizaje

- PC1: Contenido de la sesión 1 hasta la sesión 4
- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Previsión Comercial y Pronósticos de ventas

- Lectura: Métodos de previsión de ventas.

Evidencias de aprendizaje

- Prueba escrita
- Explicación teórica
- Lectura

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 5 "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 5. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 9. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

Semana 6

Pronósticos de ventas.

Contenido:

- Procedimientos para establecer pronósticos de ventas.
- Administración de la función de pronósticos.
- Video: Empezar con ¿por qué? De Simon Synek.
- Caso Integrador 1. (EC = 2.5%)

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Previsión Comercial y Pronósticos de ventas
- Debate sobre el video "Start with why¿ por Simon Synek (https://youtu.be/u4ZoJKF_VuA)
- Desarrollo de caso integrador 1.

Evidencias de aprendizaje

- Video
- Explicación teórica
- Debate
- Trabajo en grupo.

Bibliografía

- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 9. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

Semana 7

Gestión de cuotas y presupuestos de ventas.

Contenido:

- Cuotas de ventas
- Procedimientos para establecer cuotas
- Presupuestos de Ventas
- Procedimientos para elaborar el presupuesto de ventas
- Informe Avance de TA (TA1 = 2.5%)

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Presupuestos de Ventas
- Los alumnos trabajan en la presentación del informe de avance TA.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- TA1: Trabajo en grupo.

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 5 y Cap 6. "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 5. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 10. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

Semana 8

Examen Parcial (EA = 20%)

Actividades de aprendizaje

- Contenido desde la semana 1 hasta la semana 7

Evidencias de aprendizaje

- Evaluación escrita

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.
- Perez, Fabian y Raymond Schefer. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Cengage Learning - ADEN. 1ra ed. 2013.

Semana 9

Operaciones de ventas y gestión de territorios.

Contenido:

- Fundamentos y características de los territorios.
- Procedimiento para desarrollar territorios de ventas.
- Gestión rentable y revisión de los territorios .
- Métodos y tiempos: productividad en ruta
- Gestión de Canales Comerciales.
- Video "El éxito de una organización se debe al equipo"
- Caso integrador 2. (EC = 2.5%)

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Operaciones de Ventas
- Debate sobre los aprendizajes en el video "El éxito de una organización se debe al equipo" <https://youtu.be/X5Ktygf-kzs>
- Desarrollo del caso integrador 2.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- Video
- Lectura

- Trabajo en grupo.

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 6. "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 15. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 6. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 3 a 9

UNIDAD N°: 3 DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES EXITOSOS

LOGRO

En esta Unidad aprenderemos a organizar, dirigir y formar un equipo de ventas para alcanzar los objetivos comerciales establecidos por la empresa. Conoceremos las principales herramientas de gestión para alcanzar los objetivos.

TEMARIO

Semana 10

Dirección de la fuerza de ventas.

Contenido.

- Organización de la fuerza de ventas.
- Entrenamiento y formación.
- Liderazgo en ventas.
- Incentivos en ventas.
- Compensación de ventas.
- Sistemas retributivos.
- Desarrollo de caso: Incentivos a la fuerza de ventas.

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre Dirección de la FFVV
- Desarrollo de caso: Dinámica grupal y debate sobre las propuestas de incentivos.
- Lectura: FFVV determinante de la competitividad empresarial .

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- Trabajo grupal
- Lectura.

Bibliografía

- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 15. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 11 a Cap 17. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.
- Perez, Fabian y Raymond Schefer (2013). Cap 4 y Cap 5. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Buenos Aires. Argentina. Cengage Learning. 1ra Edición.

HORA(S) / SEMANA(S)

UNIDAD N°: 4 CONTROL DE LAS VENTAS Y RESULTADOS

LOGRO

En esta Unidad aprenderemos a implementar procesos de control de la operación comercial con base en el cuadro de mandos. Al finalizar la unidad, el estudiante diseña un cuadro de mandos para el control y seguimiento de la operación comercial

TEMARIO

Semana 11

Control de las ventas.

Contenido.

- Control de ventas.
- Evaluación del desempeño.
- Cuadro de mandos de ventas.
- Control y seguimiento de los objetivos.
- Caso de estudio: Cuadro de Mandos de Ventas.
- Informe de avance de TA. (TA2 = 2.5%)

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenido: Clase teórica sobre control de ventas.
- Desarrollo de caso de estudio: Dinámica para la elaboración de un cuadro de mandos de ventas.
- Preparación del Informe de Avances de TA.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica
- Trabajo en grupo sobre el informe de avance de TA.

Bibliografía

- Castells, Artal (2015). Cap 13. "Dirección de ventas: organización del departamento de ventas y gestión de vendedores". Madrid. España. ESIC, 13va Ed.
- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 17. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Johnson, Eugene; Kurtz, David L. y Scheuing, Eberhard (2001). Cap 19 y Cap 20. "Administración de ventas: conceptos, prácticas y casos". Bogotá. Colombia. McGraw Hill. 2da ed.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 11

UNIDAD N°: 5 RELACIONES CON LOS CLIENTES

LOGRO

En esta Unidad vamos a conocer y desarrollar las acciones de venta necesarias para captar a clientes potenciales y conseguir fidelizarlos juntos con los clientes actuales vinculados con la empresa, aumentando el volumen de ventas y generando beneficios.

TEMARIO

Semana 12

Gestión de clientes.

Contenido.

- Gestión de cartera de clientes.
- Prospección y desarrollo de la relación comercial.
- Excelencia en la gestión de cuentas.
- e-commerce
- CRM
- Herramientas comerciales
- Caso integrador 3. (EC = 2.5%)

Actividades de aprendizaje

- Presentación de contenidos: Clase teórica sobre gestión de cartera de clientes.
- Presentación de contenidos: Clase teórica sobre herramientas de Gestión.
- Presentación de contenidos: Clase teórica sobre herramientas comerciales.
- Desarrollo de caso integrador 3.

Evidencias de aprendizaje

- Explicación teórica.
- Trabajo grupal.

Bibliografía

- Jobber, David y Geoffrey Lancaster (2012). Cap. 9 a Cap 12 y Cap 15. "Administración de Ventas". México. Pearson Educación. Prentice Hall. 8va. Edición.
- Perez, Fabian y Raymond Schefer (2013). Cap 8 a Cap 10 y Cap 15. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Buenos Aires. Argentina. Cengage Learning. 1ra Edición.

Semana 13

Herramientas comerciales.

Contenido.

- Evaluar las principales herramientas de gestión de clientes y actividades comerciales (TA3 = 3%)
- Hubspot, Mailchimp, Odo, Zoho, Salesforce, Teams, Pipedrive, Slack, Trello, Quip, Notion.

Actividades de aprendizaje

- Trabajo Grupal: Se asigna a cada grupo 3 aplicaciones para que investiguen las características y beneficios para los procesos comerciales.

Evidencias de aprendizaje

- Informe escrito y Exposición grupal (tarea entregada en sem. 10).

Bibliografía

- Perez, Fabian y Raymond Schefer (2013). Cap 8 a Cap 10 y Cap 15. "Dirección comercial avanzada. Del análisis a la propuesta de valor". Buenos Aires. Argentina. Cengage Learning. 1ra Edición

Semana 14

Revisión de avances de TA

Contenido.

- Revisión de Avances de TA.
- Trabajar en informe final de TA.

Actividades de aprendizaje

- Trabajo Grupal: preparar informe final de la TA...

Evidencias de aprendizaje

- Informe escrito y Exposición grupal de la TA final.

Semana 15

Sustentación de Tarea Académica.

Semana 16

Examen Final.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 12 a 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza- aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso se desarrollará utilizando una metodología activa y aplicativa. Se analizarán lecturas, casos y se llevarán a cabo trabajos grupales. Se dará importancia a la participación constante de los estudiantes. Además, se evaluará mediante ejercicios, desarrollo de casos, controles, evaluación parcial y final, el logro de aprendizaje y el desarrollo de la competencia.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (PC1) + 25% (EA1) + 20% (TA1) + 15% (EC1) + 30% (EB1)

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	10
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	25
TA - TAREAS ACADÉMICAS	20
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	15
EB - EVALUACIÓN FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	SEM 5	Según rúbrica entregada por el profesor	SÍ
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEM 8	Evalúa lo visto en sem 1 hasta sem 7	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	SEM 15	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	1	SEM 15	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	SEM 16	Según rúbrica entregada por el profesor	SÍ

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/8856062680003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL

ANEXO

En este anexo, se encuentran los reglamentos que todo alumno está obligado a leer y a cumplir en su rol de estudiante universitario en la UPC.

REGLAMENTO DE DISCIPLINA DE ALUMNOS :

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/reglamentos-upc/sica-reg-26-reglamento-de-disciplina-de-alumnos>

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN CASOS DE HOSTIGAMIENTO SEXUAL- UPC:

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/normalizacion/sica-reg-31-reglamento-para-la-prevencion-e-intervencion-en-casos-de-hostiga>