



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### 1. Datos generales

**Materia:** GERENCIA DE VENTAS  
**Código:** AEM0017  
**Paralelo:** F  
**Periodo:** Septiembre-2023 a Febrero-2024  
**Profesor:** AMPUERO VELASQUEZ FRANCISCO XAVIER  
**Correo electrónico:** fampuero@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 7

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	56	120

#### Prerrequisitos:

Código: FAM0009 Materia: MARKETING

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Se presenta el tema de la Gerencia de Ventas, como un resumen general de las obligaciones y las responsabilidades de los responsables de ventas, en el contenido de la materia también se señalan las tendencias actuales de la administración de la fuerza de ventas, se presentan los aspectos fundamentales del entorno externo y interno de las ventas, se repasan las decisiones básicas necesarias para formular el plan de ventas, se presenta un resumen general de las determinantes del desempeño de las ventas y el diseño de los programas de capacitación.

Al impartirse esta materia al final de la carrera, el estudiante aplicará sus conocimientos estratégicos aprendidos en los ciclos anteriores, por lo que cuenta con las bases necesarias para iniciarse como futuro empresario-emprendedor.

Esta materia le aporta al profesional en Marketing los fundamentos para estructurar una área tan importante como es la de Servicio y Atención a los clientes al por mayor y menor, quienes son la razón fundamental de un negocio. Esta materia contribuye en gran medida a la formación del futuro profesional.

### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



### 4. Contenidos

1.01	Introducción a la administración comercial
1.02	La Tecnología en el Comercio
1.03	El liderazgo en el proceso comercial
1.04	Las Comercialización y la globalización
2.01	El proceso comercial
2.02	Formulación, aplicación y evaluación
2.03	El ambiente externo en la organización comercial

2.04	El ambiente interno en la organización comercial
3.01	El potencial del mercado
3.02	Pronóstico y cuota de Ventas
3.03	La Fuerza de Ventas
3.04	Análisis de los resultados para la toma de decisiones
4.01	Características técnicas de un vendedor
4.02	Características personales de un vendedor
4.03	Requisitos del puesto para Fuerza de Ventas
4.04	Reclutamiento y selección de la Fuerza de Ventas
5.01	Objetivos, técnicas y evaluación
5.02	Programa de Capacitación para el Área Comercial

## 5. Sistema de Evaluación

### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

#### Resultado de aprendizaje de la materia

##### u. Asesora y aporta a la toma de decisiones empresariales.

-Diseña programas de ventas, Diseña canales de distribución acorde al mercado de la organización y Crea planes de atención y servicio al cliente

#### Evidencias

-Evaluación oral  
 -Foros, debates, chats y otros  
 -Informes  
 -Reactivos  
 -Resolución de ejercicios, casos y otros  
 -Trabajos prácticos - productos  
 -Visitas técnicas

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Conceptos Gerencia Comercial dentro del Currículo y Sílabo Académico	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización	APORTE	3.3	Semana: 1 (18-SEP-23 al 23-SEP-23)
Foros, debates, chats y otros	Debate sobre la Ética en las Ventas y los ODS	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización	APORTE	2.3	Semana: 2 (25-SEP-23 al 30-SEP-23)
Reactivos	Prueba con base en Reactivos	Administración Comercial, Introducción a la Comercialización	APORTE	4.4	Semana: 4 (10-OCT-23 al 14-OCT-23)
Trabajos prácticos - productos	Funciones, Estilos de Liderazgo y Administración de Ventas.	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	3.3	Semana: 6 (23-OCT-23 al 28-OCT-23)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Estrategia y Crecimiento Comercial. Caso JUVASA. Caso LAVIASA.	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	2.3	Semana: 8 (06-NOV-23 al 11-NOV-23)
Reactivos	Prueba con base en Reactivos	La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	APORTE	4.4	Semana: 10 (20-NOV-23 al 25-NOV-23)
Visitas técnicas	Evento o Visita Técnica	Capacitación del Área Comercial	APORTE	2.3	Semana: 12 (04-DIC-23 al 09-DIC-23)
Foros, debates, chats y otros	Elección de un Gerente Comercial	Capacitación del Área Comercial	APORTE	3.3	Semana: 14 (18-DIC-23 al 23-DIC-23)
Evaluación oral	Exposición Plan de Marketing de Empresa Local y Temas Plan de Ventas	Capacitación del Área Comercial	APORTE	4.4	Semana: 16 (02-ENE-24 al 06-ENE-24)
Evaluación oral	Presentación del Plan de Ventas de una Empresa Local Real	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Informes	Informe y Presentación del Plan de Ventas de una Empresa Local Real	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Reactivos	Prueba acumulativa con base en reactivos	Administración Comercial, Capacitación del Área Comercial, Introducción a la Comercialización , La Estrategia Comercial, Organización del Área Comercial	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

## Metodología

Descripción	Tipo horas
METODOLOGÍA PARA LA APLICACIÓN PRÁCTICA DEL CONOCIMIENTO ADQUIRIDO PARA LA GENERACIÓN DE PROPUESTAS: Durante el curso, se realizarán tareas y actividades prácticas, individuales y grupales. Al final y en grupos, se desarrollará un caso de estudio de una empresa exitosa a nivel nacional o internacional, para que los estudiantes las conozcan y estén en capacidad de plantear mejoras en su proceso administrativo. El estudiante, de forma individual, desarrollará prácticas y participará en foros relacionados con los contenidos de cada capítulo. Además, realizará actividades grupales intermedias que lo preparan para el trabajo final con base en el método de caso práctico y aprendizaje con base en problemas con la guía del profesor, como instrumento de evaluación.	Autónomo
METODOLOGÍA DE TRANSMISIÓN Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO CON BASE EN LA TEORÍA: Se iniciará con una introducción teórica al emprendimiento que abordará temas como los conceptos de administración y empresa, el proceso administrativo, la planificación, la organización, la dirección y el control, entre otras.	Total docencia
METODOLOGÍA PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE COMPRENSIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PARTICIPANTES: A partir de la introducción teórica, se analizará y se discutirá el libro guía, la bibliografía complementaria con capítulos y artículos de diversos autores y el material de apoyo (casos de estudio, videos, fragmentos de películas, etc.), usando foros, debates y dinámicas.	

## Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
<p>El trabajo autónomo se calificará de acuerdo a la participación activa en foros, el desarrollo adecuado de las prácticas y la respuesta apropiada a las preguntas de casos de estudio, tanto durante la materia como en los cuestionarios de evaluación y auto-evaluación.</p> <p>Se valorará la participación, con preguntas y aportes pertinentes, sobre todo en los foros y debates que se preparen para el efecto. En la exposición oral se evaluará el cumplimiento de las normas de un buen expositor, la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de la audiencia.</p>	Autónomo
<p>En las presentaciones, se evaluará el buen uso de las normas de preparación de las diapositivas y lo indicado en el párrafo anterior. Para los trabajos prácticos, se calificará la secuencia lógica de los temas incluidos, la pertinencia del contenido y la construcción adecuada de la información por tema, el buen uso de las normas de redacción científica, ortografía y de los requerimientos de publicación.</p>	Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Allen P.	Edaf Madrid	Ventas y dirección de ventas	1975	
GRANCHI, Guido		Mejora Tus Ventas	2014	

#### Web

#### Software

#### Revista

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Johnston, Mark W. & Mashall, Grez W.	McGraw-Hill	Administración de Ventas	2009	978-970-10-7282-0
Torres Morales, Virgilio	Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.	Administración de Ventas	2014	978-607-438-858-9
Klaric, Jurgen	BiiA Internacional Publishing	Véndale a la Mente, No a la Gente	2014	978-6124684609
Stanton William J., Buskirk Richard H., Spiro Rosann L.	McGraw Hill	Ventas: Conceptos, Planificación y Estrategias	2001	958-600-703-0
Lugo, José de	Editorial Talleres Gráficos Ers	Memorias de un Visitador Médico	1969	B004HO1M3O
Artal Castell, M.	ESIC Business & Marketing School	Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores.	2012	9788415986768
ANDERSON ROLPH E., HAIR JOSEPH F. JR., BUSH ALAN J.	McGraw Hill	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	1997	970-1006732

#### Web

Autor	Título	Url
Torres, David	Ética en las ventas: qué es, principios y ejemplos	<a href="https://blog.hubspot.es/sales/etica-ventas">https://blog.hubspot.es/sales/etica-ventas</a>
Torres Morales, Virgilio	Administración de Ventas	<a href="https://elibro.net/es/ereader/uazuay/39394">https://elibro.net/es/ereader/uazuay/39394</a>
Ontalba, Ricardo H.	Clase Ejecutiva	<a href="http://www.venmas.com">www.venmas.com</a>
Alejandro Fornelli Martín	IMPACTO EN LAS VENTAS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR ALIMENTARIO AL IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING SENSORIAL OLFATIVO.	<a href="https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/3841">https://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/3841</a>

#### Software

Autor	Título	Url	Versión
Venmas	Plan De Ventas	<a href="http://www.venmas.com">www.venmas.com</a>	II

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Robayo, Gabriel	Revista Ekos	El ADN de los CEO en Ecuador	2011	<a href="http://www.">http://www.</a>

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2023**

Estado: **Aprobado**