

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

LICENCIATURA		EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS					
MATERIA	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS		LINEA CURRICULAR		ADMINISTRACION		
TETRAMESTRE	OCTAVO	CLAVE	ADM-108	SERIACION	ADM-105		
HTS	3	HPS	2	THS	5	CREDITOS	
						7	

OBJETIVO DE LA MATERIA	El alumno utilizará las técnicas de ventas proporcionadas por la dirección de ventas, logrando las metas propuestas por la empresa.
-------------------------------	---

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
10hrs.	1.- El proceso de ventas. El alumno realizará el proceso de ventas con los conocimientos de la metodología y las herramientas necesarias.	1.1. Proceso de ventas. - Localización de prospectos. - Presentación y atención. - Manejo de objeciones. - Cierre de la venta. • Compromisos de ambos • Seguimiento. - Diagnóstico, conocimientos previos - Evaluar el nivel de conocimientos del grupo - Definir estrategias de aprendizaje - Diseñar escenarios de aprendizaje - Comprender la necesidad de aprender y ubicarlo en ¿el por qué deberá de cursar esta materia?	Exposición del tema Investigación grupal Discusiones grupales Trabajos individuales y en equipo	HARTLEY, Robert F. Administración de ventas. México, CECOSA, 1982 (reimpresión 2004). MERCADO, Hernández Salvador. Administración de Ventas (cómo convertir las ventas en utilidades). México, International Thomson, 2002. KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Milenia, México, Pearson Educación, 2001.

12hrs.	<p>2. Planeación de la función de ventas</p> <p>El alumno elaborará pronósticos, presupuestos y políticas de venta, ejerciendo el proceso de planeación de ventas.</p>	<p>2.2. Planeación de la función de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de planeación - Proceso de Planeación - Pronóstico de Ventas - Presupuesto • Políticas de Venta 	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación grupal</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Trabajos individuales y en equipo</p>	
8hrs.	<p>3. Organización de la función de ventas.</p> <p>El alumno conocerá la función de ventas y de la gerencia correspondiente la importancia de la Organización.</p>	<p>3.3. Organización de la función de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> - El plan de trabajo del vendedor. • Concepto de Organización. • Determinación de la Fuerza de Ventas. • Tipos de Organización de la Fuerza de Ventas. 	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación grupal</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Trabajos individuales y en equipo</p>	
10hrs.	<p>4. Integración de la fuerza de ventas</p> <p>El alumno identificará las estrategias que le permitan aumentar las habilidades y aptitudes e integrar a nuevos vendedores a la empresa.</p>	<p>4.4. Integración de la fuerza de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto de Integración de vendedores - Funciones de vendedor - Perfil del vendedor - Reclutamiento del vendedor - Selección de vendedores - Inducción de vendedores - Capacitación de vendedores - Planes de compensación a vendedores - Evaluación del vendedor 	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación grupal</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Trabajos individuales y en equipo</p>	
10hrs.	<p>5. Dirección y control de la fuerza de ventas.</p>	<p>5.5. Dirección y control de la fuerza de ventas.</p>	<p>Exposición del tema</p> <p>Investigación grupal</p>	

<p>El alumno analizará los elementos que le permitan dirigir a la fuerza de ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Control de vendedores. - Características del gerente de ventas como líder. - Tipos de liderazgo • Supersación de Ventas - Motivación de vendedores 	<p>Discusiones grupales Trabajos individuales y en equipo</p>	
<p>8hrs. 6. La gerencia de ventas. El alumno conocerá el proceso mercadotécnico y las funciones que se desarrollan en la gerencia de ventas.</p>	<p>6.6. La gerencia de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la función de Ventas - Funciones que realiza la Gerencia de Ventas. - Concepto de Gerencia de Ventas - Ubicación de ventas dentro del área de mercadotecnia. 	<p>Exposición del tema Investigación grupal Discusiones grupales Trabajos individuales y en equipo</p>	
<p>12hrs. 7.-Análisis de casos de ventas. El alumno utilizará en la resolución de ejemplos prácticos el método de casos.</p>	<p>7.7. Análisis de casos de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resolución de casos prácticos 	<p>Exposición del tema Investigación grupal Discusiones grupales Trabajos individuales y en equipo</p>	

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, infocus, laptop

EVALUACIÓN: Dos evaluaciones (una de medio término y una final) que equivale al 50% cada una, con calificación final integrada por (2) exámenes con valor de 30% cada uno, evaluaciones rápidas, trabajos, investigaciones, de equipo 10%, trabajo final 20 %.