

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

APROBADO EN EL CONSEJO DE FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS. ACTA 2016-II-02 DEL 1 DE AGOSTO DE 2016

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS VERSIÓN 7

NOMBRE DE LA MATERIA	GERENCIA DE VENTAS
PROFESOR	Coordinadora Núcleo Curricular Marketing: Beatriz Londoño Giraldo

INFORMACIÓN GENERAL

Código de la material	1501828
Semestre	9
Área	Profesional
Horas teóricas semanales	4
Horas teóricas semestrales	64
No. de Créditos	3
Horas de clase por semestre	64
Campo de formación	Marketing
Validable	SI
Habilitable	SI
Clasificable	NO
Requisitos	1501788 Mercadeo 1501790 Ingles IV
Correquisitos	Ninguno
Programa a los cuales se ofrece la materia	Administración de Empresas

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Propósito y justificación del curso	<p>Ubicar a los alumnos en la trascendencia de las ventas en la Organización, además de la importancia en la labor administrativa del Gerente de ventas, logrando obtener herramientas para cumplir con las labores de Planeación, Organización, Dirección y Control del proceso comercial.</p> <p>El grupo de ventas será tan bueno como lo sea su jefe. La principal función del Gerente de ventas es la administración de su grupo, incluso más que el logro de los resultados por sí mismos. La clave está en contar con el grupo completo, bien seleccionado y mejor preparado. Los resultados serán una consecuencia lógica.</p>
Objetivo General	Se busca fortalecer la formación y las habilidades en las áreas administrativas requeridas, teniendo presente que el objetivo primordial de la labor del Gerente de Ventas es el incremento constante de los resultados organizacionales con productividad de su grupo y en beneficio de todas las partes involucradas.
Objetivos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> • Como administradores de Empresas, miran sistémicamente la organización y su relación con las ventas.

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al alumno en el ámbito de las ventas desde la perspectiva de obtención de resultados a través del grupo a su cargo. • Aplicar todos los conocimientos adquiridos en su proceso formativo, para diagnosticar en forma específica el proceso comercial. • Dotar a los estudiantes de los conocimientos requeridos para el desempeño de las responsabilidades de la administración de ventas y del equipo de soporte. • Introducir al alumno en la práctica de la administración de ventas mediante la realización del plan de ventas de una organización mediante investigaciones y talleres.
Contenido resumido	UNIDAD No. 1: La Organización y las Ventas. UNIDAD No. 2: El Vendedor como eje central de la organización. UNIDAD No. 3: El diagnostico comercial. UNIDAD No. 4: El manual de Ventas. UNIDAD No. 5: El proceso de la venta. UNIDAD No. 6: El Plan de ventas.

UNIDADES DETALLADAS

Tema(s) a desarrollar	Unidad No. 1: La Organización y las Ventas.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> • La Organización empresarial moderna. • El proceso estratégico de la organización. • La estructura organizacional. • El proceso comercial y sus responsabilidades.
Duración	Semana 1 y 2
Bibliografía básica: <ul style="list-style-type: none"> • ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfa-omega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8 • KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1 	

Tema(s) a desarrollar	UNIDAD No.2: El Vendedor como eje central de la organización.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> • La personalidad del vendedor, SABER SER. • Los conocimientos del vendedor SABER -SABER. • El desempeño del vendedor SABER HACER. • Los procesos de selección y contratación.
Duración	Semanas 3 y 4.
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA : <ul style="list-style-type: none"> • ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfaomega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8 • KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1 SOTO J, Gabriel J, RESTREPO D, Nora E. Entrenamiento a equipos de ventas. Universidad	

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Eafit. Medellín, abril 2004 ISBN: 958-2802-2

Tema(s) a desarrollar	UNIDAD No. 3: El diagnostico comercial.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> • Los resultados históricos de la organización. • La estructuración de las cifras. • El análisis de los resultados con enlace sistémico. • Definición de objetivos numéricos.
Duración	Semanas 5 y 6
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA : <ul style="list-style-type: none"> • ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfa-omega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8 • KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1 • ANDERSON, Rolph E; HAIR Jr. Joseph F; BUSCH, Alan J. Administración de Ventas. McGraw Hill. México, Mayo 1999. ISBN: 0-07-0016686-0 • HUGHES, G David; MCKEE. Daryl; SINGLER, Charles H. Administración de Ventas un enfoque de orientación profesional. International Thomson Editores. México, 2000. ISBN: 987654321 	

Tema(s) a desarrollar	UNIDAD No. 4: El manual de Ventas.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación corporativa • Responsabilidad del vendedor • Portafolio de productos y/o servicios. • Enlace con Mercadeo.
Duración	Semanas 7, 8 y 9
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA : <ul style="list-style-type: none"> • ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfaomega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8 • KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1 • ANDERSON, Rolph E; HAIR Jr. Joseph F; BUSCH, Alan J. Administración de Ventas. McGraw Hill. México, Mayo 1999. ISBN: 0-07-0016686-0 • HUGHES, G David; MCKEE. Daryl; SINGLER, Charles H. Administración de Ventas un enfoque de orientación profesional. International Thomson Editores. México, 2000. ISBN: 987654321 	

Tema(s) a desarrollar	UNIDAD No. 5: El proceso de la venta.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de la negociación. • Planeación de la visita de ventas • Acercamiento al cliente. • Presentación de productos y/o servicios. • Administración de Objeciones.

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

	<ul style="list-style-type: none"> • El cierre de la venta. • Seguimiento y control.
Duración	Semanas 10, 11 y 12
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA : <ul style="list-style-type: none"> • ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfaomega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8 • KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1 • ANDERSON, Rolph E; HAIR Jr. Joseph F; BUSCH, Alan J. Administración de Ventas. McGraw Hill. México, Mayo 1999. ISBN: 0-07-0016686-0 • HUGHES, G David; MCKEE. Daryl; SINGLER, Charles H. Administración de Ventas un enfoque de orientación profesional. International Thomson Editores. México, 2000. ISBN: 987654321 	

Tema(s) a desarrollar	UNIDAD No. 6: El Plan de ventas.	
Subtemas	<ul style="list-style-type: none">• Modelo de dirección de ventas• El proceso del plan de ventas• Construcción de un plan de ventas.	
Duración	Semanas 13, 14 y 15	
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA : <ul style="list-style-type: none">• ARTAL CASTELLS, Manuel. Dirección de ventas Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. ESIC- Alfaomega. Madrid, Febrero 2010 ISBN: 978-84-7356-771-8• KOONTZ, Harold, WEIHRICH, Heinz, Administración una perspectiva global. McGraw Hill. México, Julio 2003. ISBN: 970-10-3949-1• ANDERSON, Rolph E; HAIR Jr. Joseph F; BUSCH, Alan J. Administración de Ventas. McGraw Hill. México, Mayo 1999. ISBN: 0-07-0016686-0• HUGHES, G David; MCKEE. Daryl; SINGLER, Charles H. Administración de Ventas un enfoque de orientación profesional. International Thomson Editores. México, 2000. ISBN: 987654321		
EVALUACIÓN		
Actividad	Porcentaje	SEMANA
Evaluaciones escritas individuales (3)	30%	Semanas 3, 5 Y 6
Trabajo experiencial, en parejas	30 %	Entrega 1 semana 7 Entrega 2 semana 10 Entrega 3 semana 15
Exposición Final Trabajo experiencial	20 %	Semana 16
Evaluación Final	20 %	SEMANA 17
TOTAL	100%	