



SÍLABO

ASIGNATURA: Gestión de Ventas

CÓDIGO: 101282



I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Administración Privada
1.3. Programa de estudios	Marketing
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	IX
1.6. Créditos	4
1.7. Requisito	Plan de Marketing
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023 I
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas De Teoría : <u>2</u> Horas
	1.11.2. Horas De Práctica : <u>3</u> Horas
1.12. Horario	Lunes: 20:30-23:00, Jueves 21:20 - 23:00
1.13. Inicio de clases	29 de mayo del 2023
1.14. Termino de clases	16 de septiembre del 2023
1.15 Docente coordinador	Dr. Miguel Angel Pazos Almeyda mpazosa@unfv.edu.pe
1.16 Docente de la asignatura	Dr. Miguel Angel Pazos Almeyda mpazosa@unfv.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito explicar las técnicas y herramientas para el manejo de grupos de vendedores y la planeación de éstas, la asignación de territorios, la formulación de presupuestos de ventas y puntos relevantes en el quehacer de los gerentes de ventas. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Ventas. 2. Clientes y factor humano en ventas. 3. Marketing personal, conflicto, pronóstico y territorio de ventas. 4. Trabajo gerencial y fidelización. La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de las técnicas y herramientas que utilizan los vendedores

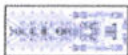
III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza y desarrolla criterios para Formular, ejecutar y evaluar proyectos empresariales en ventas y desarrollar la investigación científica en el campo del Marketing.



IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: VENTAS					
LOGRO DE APRENDIZAJE: Conoce evolución histórica de ventas.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº01 29 de mayo-3 junio	Concepto y evolución histórica de las ventas.	Información sobre la asignatura y aplicación de prueba de entra da.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica	Prueba de entrada
Nº02 5 -10 junio	Puntos a considerar en toda Administración de ventas.	Elabora un cuadro de análisis de las funciones de la administración en el campo de las ventas.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos -Informes de indagación -Cuadros sinópticos
Nº03 12- 17 junio	Proceso de contratación/selección de vendedores.	Sustenta los procedimientos para lograr seleccionar a vendedores eficientes.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos - Cuestionarios resueltos -Informes de indagación
Nº04 19 -24 junio	Número de vendedores de una organización de ventas.	Presenta los cálculos para determinar el número conveniente de personas para la fuerza de vendedores.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	- Análisis de casos - Cuestionarios resueltos -Mapas conceptuales



Logro de aprendizaje: Conoce los tipos de clientes, planifica la dirección de las operaciones de un equipo de venta					
UNIDAD 2: CLIENTES Y FACTOR HUMANO EN VENTAS.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº05 26 junio - 1 julio	Las técnicas de ventas	Discute los pros y contras de las diferentes técnicas de ventas.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica	- Análisis de casos - Cuestionarios - resueltos - Informes de indagación
Nº06 3-8 julio	Etapas en la formación de vendedores	Realiza "clínicas promocionales" frente al pleno de la clase aplicando las técnicas de ventas.	Diapositivas, Pizarra Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	- Análisis de casos - Cuestionarios - resueltos - Ensayos
Nº07 10- 15 julio	El programa de ventas, Visitas a empresas y organizaciones	Presenta un trabajo monográfico sobre el Proceso de planeación de ventas en un territorio.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	- Análisis de casos - Cuadros sinópticos
Nº08 17 -22 julio	Las zonas, las rutas y el reparto del trabajo de ventas	Ela bora los recorridos y ordena las actividades en un trabajo monográfico.	Diapositivas, Pizarra. Proyector,	Presencial Sincrónica Asincrónica	- Solución del examen
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)					



UNIDAD 3: MARKETING PERSONAL, CONFLICTO, PRONÓSTICO Y TERRITORIO DE VENTAS.					
Logro de aprendizaje: Conoce las actividades propias de ventas de productos/servicios en el marco del proceso de planificación.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 24 -29 julio	Método para evaluar oportunidades del mercado en un territorio.	Desarrolla un plan sustentando y demostrando la potencialidad de su mercado meta.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos - Cuestionarios resueltos -Mapas conceptuales
Nº10 31 julio – 5 de agosto	El Plan territorial de ventas	Presenta avances de su Plan de ventas, sustentándolo.	Diapositivas, Proyector, Pizarra	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos - Cuestionarios resueltos -Informes de indagación -Ensayos
Nº11 07 – 12 agosto	Los argumentos y las objeciones en el acto de ventas.	Presenta un vademécum de argumentos referidos a su producto.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos -Mapas conceptuales -Ensayos
Nº12 14 – 19 agosto	La remuneración a la fuerza de ventas	Presenta un sistema creativo de remuneración a su fuerza de ventas.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos - Cuestionarios resueltos -Cuadros sinópticos



Logro de aprendizaje: Conoce los métodos más adecuados para evaluar los resultados en la gestión de ventas de forma científica.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº13 21 – 26 agosto	Métodos de evaluación y control de ventas.	Presenta un cuadro comparativo de métodos de evaluación sugiriendo el empleo del más eficaz para su gestión.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos -Cuestionarios resueltos -Cuadros sinópticos
Nº14 28 agosto 2 septiembre	La cartera de cuentas	Elabora su cartera de cuentas, sustentando los puntos fuertes de su posición.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos -Cuestionarios resueltos -Cuadros sinópticos
Nº15 4 – 9 septiembre	La evaluación y control de la fuerza de ventas	Aplica ratios y presenta cuadros de resultados, para el control respectivo.	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Análisis de casos -Cuestionarios resueltos -Cuadros sinópticos
Nº16 11 – 16 septiembre	La mentalidad cultural de la FF. de ventas	Sustenta por comparación, críticas a la personalidad de los vendedores Exposición del trabajo de investigación elaborado durante el desarrollo del ciclo	Diapositivas, Proyector, Pizarra.	Presencial Sincrónica Asincrónica	-Solución del examen -Exposición del trabajo final
EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4)					



V. METODOLOGÍA

5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

5.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

- Gestión Empresarial e Inclusión Social
- Comercio internacional y crecimiento económico
- Internacionalización de las Mypes y Pymes.

5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS(RSU)

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar al Aprendizaje en Servicios, propuestas educativa que combina procesos de aprendizaje y servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo (Responsabilidad Social Universitaria)

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al Compendio de Normas Académicas de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen



final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”

- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Básica

- Hughes, D.G. (2007). Administración de ventas: Un enfoque de orientación profesional . México: Thompson editores S.A.
- Salomón. M.R. (2008). Marketing (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Tony, A. y Catchcart, J. (2002). Gerencia de ventas . México: McGraw Hill.

7.2 Complementaria

- www.publidirecta.com/Marketing
- www.ucm.es/BUCM/inf/hemeroteca
- <http://www.google.com.pe/webhp?tab=mw#hl=es&sa=N&biw=709&bih=321&tbs=bks:1&q=editions:dy07PAAACAAJ&fp=3753e346e17dbb72f>

Lima, 27 de junio del 2023



Dr. Carlos Tello Malpartida
Director del Departamento Académico
Código: 86304
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Dr. Miguel Angel Pazos Almeyda
Docente
Código: 2014156
Correo electrónico: mpazosa@unfv.edu.pe