

Plan 418 GRADO EN COMERCIO

Asignatura 41007 GESTION DE VENTAS Y PROCESO COMERCIAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OBLIGATORIA

Créditos ECTS

SEIS (6)

Competencias que contribuye a desarrollar

COMPETENCIAS GENERALES

G2. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.

G4. Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.

G5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.

G6. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

1. Aplicar los conocimientos de Marketing para diseñar la estrategia de ventas y así comprender el papel que desempeña el proceso de gestión de las mismas en un sistema empresarial.
2. Profundizar en las diferentes fases y procesos comerciales que deben estar definidos e implantados en coordinación con los distintos departamentos de la empresa para obtener un resultado de excelencia en el servicio comercial.
3. Saber analizar la información económica y financiera de la empresa de cara a tomar decisiones en el ámbito comercial y en la de fijación de precios o pricing.
4. Algunos gerentes de ventas hacen hincapié en las actividades y el volumen de ventas pero descuidan los controles de costes y el análisis de rentabilidad. Con los costes crecientes de las ventas es importante que los futuros gerentes destaquen la rentabilidad de las actividades de ventas.
5. Fundamental desde el punto de vista de la empresa son las previsiones y presupuestos de ventas, para que se ajusten en la medida a los resultados reales.

Contenidos

Módulo A: La gestión y el proceso de ventas desde el área comercial

Tema A.1: La función de dirección de ventas

Tema A.2: La organización del departamento de ventas

Tema A.3: La negociación y el alcance de acuerdos

Módulo B: Proceso comercial

I: Planes y redes de ventas

Tema B.1: Fases del proceso comercial. El plan de ventas

Tema B.2: Las redes de venta y su organización

II: Itinerario de relación con el cliente

Tema B.3: Customer Relationship Management (CRM)

Tema B.4: Gestión del crédito o float comercial

Módulo C: Gestión económico-financiera de las ventas
I: Fijación de precios (pricing) y análisis de rentabilidad
Tema C.1: Fijación de precios y gestión de costes
Tema C.2: Análisis de las ventas y el análisis de rentabilidad
II: Previsiones y presupuestos de ventas
Tema C.3: Previsión de ventas. Métodos cualitativos
Tema C.4: Previsión de ventas. Métodos cuantitativos
Tema C.5: Presupuesto de ventas y desviaciones presupuestarias

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

MÉTODOS >> ACTIVIDADES

- Lección magistral (25%)
- Resolución problemas prácticos (25%)
- Estudio de casos y
- Aprendizaje cooperativo (50% restante para ambos)

Criterios y sistemas de evaluación

Ver la guía docente de la asignatura

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

TUTORÍAS:

1. Personalizada y virtual via correo-e y plataforma Moodle
2. Tutoría de grupo

Calendario y horario

Ver Cronograma en: www.emp.uva.es/gestiondeventas

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

90 horas de trabajo durante el semestre para realizar las siguientes tareas:

- La preparación de los exámenes-estudio y trabajo individual del alumno
- Realización de tareas y otros trabajos escritos.

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Miguel A. San Millán Martín (Coordinador)
Profesor Titular de Economía Financiera
miguels@emp.uva.es
<http://www.emp.uva.es/miguelsanmillan>

María Redondo Carretero
Profesora Asociada de Comercialización e Investigación de Mercados
mariareca@emp.uva.es

