



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	DIRECCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTA		
Materia	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Módulo			
Titulación	TURISMO		
Plan	453	Código	42830
Periodo de impartición	2º CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	4º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Pablo Zarzuela Acebes		
Departamento(s)	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	zarzuela@eco.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura Dirección y Técnicas de Venta se orienta a la importancia que tiene en la actualidad, para un economista de empresa, conocer las decisiones profesionales que se toman en la dirección y gestión del área de ventas.

1.2 Relación con otras materias

Todas las del Plan de Estudios.

1.3 Prerrequisitos

No se exigen requisitos previos.





2. Competencias

2.1 Generales

G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional, y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico empresarial.

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.

G4. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales, a públicos especializados y no especializados de forma, ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

2.2 Específicas

E1. Poseer un conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos del proceso de dirección, la organización, la contabilidad, la fiscalidad, las operaciones, los recursos humanos, la comercialización y la financiación e inversión.

E3. Conocer el comportamiento de los agentes económicos y las organizaciones (empresas, economías domésticas, entidades no lucrativas, sector público,...) y el funcionamiento de los mercados, junto con los factores relevantes a la hora de adoptar decisiones.

E4. Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.

E6. Poseer conocimientos sobre los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, evaluación y predicción en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

E7. Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.

E8. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

E9. Aplicar con rigor la técnica de análisis adecuada en la resolución de problemas en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

E11. Redactar proyectos y planes de dirección global o referidos a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

E12. Conocer y aplicar en la resolución de problemas económicos las distintas técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo



E16. Trabajar de forma autónoma y en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, aceptando o refutando mediante razonamientos lógicos los argumentos de los demás y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

E19. Desarrollar la capacidad intelectual para el pensamiento analítico y un espíritu crítico ante el saber establecido.

Transversales

T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.

T4. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo, sobre la base del respeto mutuo.

T6. Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.

3. Objetivos

La asignatura Dirección y Técnicas de Venta tiene como objetivos que el alumno pueda:

- Aplicar en la empresa, los conocimientos necesarios para llevar a cabo de forma profesional la dirección y gestión del área de ventas.
- Trabajar con conceptos y técnicas de ventas de inmediata aplicación al mundo real.
- Poner en práctica las estrategias y técnicas de negociación que conduzcan a la mejor consecución de los objetivos.
- Diseñar y organizar un equipo de ventas acorde a las necesidades de su empresa y en línea con los objetivos fijados en sus planes.
- Gestionar el equipo de ventas en sus áreas más importantes: selección, remuneración, motivación, control, etc.

4. Contenidos

PARTE I: INTRODUCCIÓN

- 1.- Concepto actual de marketing y de venta.
- 2.- La función de la Dirección de Ventas.

PARTE II: TÉCNICAS DE VENTAS

3.- Las fases en el proceso de ventas.

4.-La argumentación

5.-Técnicas de negociación

6.- El servicio al cliente y gestión de reclamaciones.

PARTE III: DIRECCIÓN DE VENTAS

7.- Organización de la estructura de ventas.

8.- Gestión del territorio.

9.- Selección, motivación y remuneración de vendedores.

10.- Control de ventas.

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Los conocimientos de la asignatura serán adquiridos por el alumno a través de:

- Clases magistrales en las que se impartirán los conocimientos teóricos básicos y las indicaciones necesarias para el estudio de la asignatura.

- Resolución de ejercicios y casos prácticos.

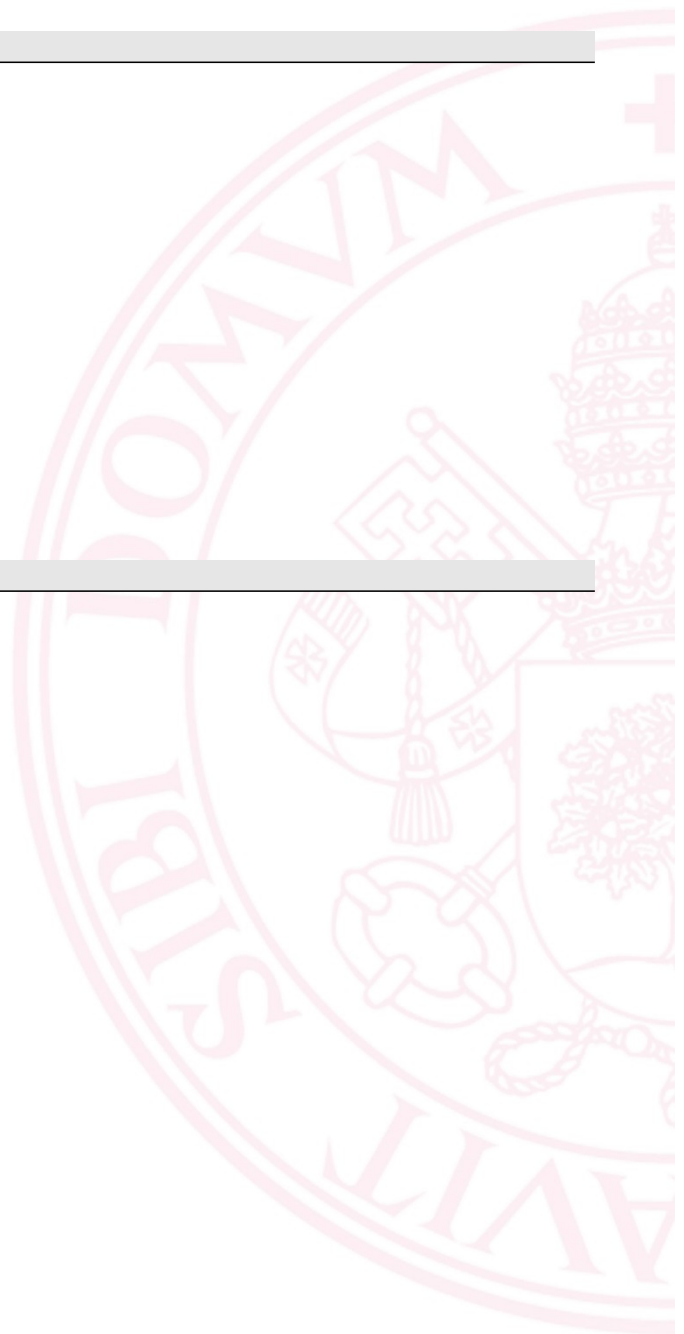
- Discusiones de casos, lecturas y temas de actualidad.

- Desarrollo de proyectos y trabajos para que el alumno afiance y amplíe sus capacidades, tales como un plan de ventas o una planificación de rutas comerciales.

Todas estas actividades se organizarán y explicarán en clase y en el campus virtual.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico/prácticas aula	27,5	Estudio y trabajo autónomo individual	60,0
Clases prácticas aula	27,5	Estudio y trabajo autónomo grupal	30,0
Evaluación	5,0		
TOTAL PRESENCIAL	60,0	TOTAL NO PRESENCIAL	90,0



7. Sistema y características de la evaluación

La asignatura es eminentemente práctica. La asistencia a clase es totalmente fundamental para poder aprobar. Se permitirá un 10% de ausencias justificadas.

En la convocatoria ordinaria se realizará una evaluación continua de la asignatura a través de la calificación de los proyectos, trabajos, resolución de problemas o casos que, en relación con los contenidos de la asignatura y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor). Al final de la asignatura se presentará un trabajo evaluable consistente en una memoria de las actividades desarrolladas en clase.

En la convocatoria extraordinaria la evaluación de la asignatura se realizará a través de la realización de un examen escrito presencial que constará de preguntas tipo test que versan sobre el contenido de la asignatura. Cada pregunta correcta sumará 0,5 puntos a la nota del examen, mientras que las preguntas incorrectas restan 0,15 puntos. Las preguntas en blanco no computan. El examen tendrá una ponderación del 50% de la nota final, mientras que la nota de los proyectos, trabajos o resolución de problemas ponderará el 50% restante.

8. Consideraciones finales

