



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELAS PROFESIONALES DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

SÍLABO

Adaptado en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Asignatura no presencial

I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
1.2. Semestre Académico	: 2020 – I
1.3. Código de asignatura	020378
1.4. Ciclo	: Séptimo
1.5. Créditos	3
1.6. Horas semanales totales	: 5.5
1.6.1 Horas de teoría y práctica	: HT 2 – HP 2
1.6.2 Horas de trabajo independiente	: 1.5
1.7. Requisito(s)	: Marketing Estratégico y Administración de Operaciones (Marketing) / Marketing Estratégico (Administración)
1.8. Docentes	: Comisión de Sílabo.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico-práctica y tiene por propósito explicar la importancia de la organización, formación y procesos de las ventas en los resultados comerciales y económicos de la organización.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. La administración de un equipo de ventas. Organización, selección, contratación y formación del vendedor. 2. Dirección de las operaciones de un equipo de ventas. 3. Planificación de las ventas. 4. Evaluación del rendimiento de las ventas.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y sustentación de un plan de ventas.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Elabora y aplica las herramientas administrativas, en el entorno del negocio, mediante el reconocimiento de los problemas de base característicos, de toda administración comercial.

3.2. Componentes

Capacidades

- Reconoce los procesos de la administración del equipo de ventas, la selección y formación del vendedor, en función de los objetivos del negocio.
- Planifica la dirección de las operaciones de un equipo de venta, con uso adecuado de técnicas y procedimientos.
- Determina las actividades propias de ventas a los productos/servicios, en el marco del proceso de planificación.
- Aplica, en la gestión de ventas la evaluación de resultados, empleando los métodos más adecuados.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona,
- Compromiso,
- Conservación ambiental,
- Búsqueda de la excelencia,

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1					
LA ADMINISTRACIÓN DE UN EQUIPO DE VENTAS. ORGANIZACIÓN, SELECCIÓN, CONTRATACIÓN Y FORMACIÓN DEL VENDEDOR.					
CAPACIDAD:					
Reconoce los procesos de la administración del equipo de ventas, la selección y formación del vendedor en función de los objetivos del negocio.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
1	• Concepto y evolución histórica de las ventas.	• Presentación del silabo: competencia, capacidades, contenidos, normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes.	Sesión en línea N°1	2 HT	1.5
		• Discusión en línea respecto a la evolución histórica de las ventas y cual será el futuro de las mismas.	Actividad aplicativa N°1 Técnica de la pregunta	2 HP	
2	• Puntos a considerar en toda Administración de ventas.	• Elabora cuadro de análisis de las funciones de la administración de ventas.	Sesión en línea N°2 Foro	2 HT	1.5
		• Organización del trabajo de investigación.	Recensión de lectura / Chat	2 HP	
3	• Proceso de contratación/selección de vendedores.	• Sustenta los procedimientos para selección de vendedores eficientes.	Sesión en línea N°3 Foro	2 HT	1.5
		• Visionado de video: El Candidato, Heineken: https://www.youtube.com/watch?v=KkAIRZ8F4LI	Recensión de video / Chat	2 HP	
4	• Número de vendedores de una organización de ventas.	• Aplica métodos para determinar el número conveniente de personas para la fuerza de vendedores.	Sesión en línea N°4 Foro	2 HT	1.5
		• Desarrollo de Caso: Cálculo de número de vendedores a partir del caso-problema y sustentar el resultado.	Desarrollo de Caso / Chat	2 HP	
UNIDAD 2					
DIRECCIÓN DE LAS OPERACIONES DE UN EQUIPO DE VENTAS					
CAPACIDAD:					
Planifica la dirección de las operaciones de un equipo de venta con uso adecuado de técnicas y procedimientos.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
5	• Las técnicas de ventas	• Discute en clase online, los pros y contras de las diferentes técnicas de ventas.	Sesión en línea N°5 Foro	2 HT	1.5
		• Visionado de video: El poder de la persuasión de un vendedor: https://www.youtube.com/watch?v=r6aVxvwXSWs	Recensión de video / Chat	2 HP	
6	• Etapas en la formación de vendedores	• Aplica conceptos para simular las técnicas de ventas.	Sesión en línea N°6 Foro	2 HT	1.5
		• Dilema ético: Fragar los sistemas de incentivos en detrimento a los vendedores.	Recensión de caso / Chat	2 HP	
7	• El programa de ventas	• Construye un modelo para desarrollar los componentes del proceso de planeación de ventas en un territorio.	Sesión en línea N°7 Foro	2 HT	1.5
		• A partir del caso de estudio previo análisis, responda las preguntas indicadas. • Caso: Cia de Servicios CT ANTAEAN, Administración de Ventas, Anderson.	Recensión de caso / Chat	2 HP	
8	• Las zonas, las rutas y el reparto del trabajo de ventas (cuotas de venta)	• Elabora los recorridos de la fuerza de ventas y ordena las actividades en un trabajo monográfico.	Sesión en línea N°8 Foro	2 HT	1.5
		Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje.	Evaluación	2 HP	

**UNIDAD 3
PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS.**

CAPACIDAD:

Determina las actividades propias de ventas a los productos/servicios en el marco del proceso de planificación.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
9	<ul style="list-style-type: none"> Revisión y reforzamiento de las unidades 1 y 2 	<ul style="list-style-type: none"> Explica desde otro enfoque los principales temas de la primera mitad del curso. Refuerzo en las técnicas de ventas AIDA y ASPIN 	Sesión en línea N°9 Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de caso para reforzamiento de los contenidos de las unidades 1 y 2 	Taller virtual / Chat	2 HP	
10	<ul style="list-style-type: none"> Método para evaluar oportunidades del mercado en un territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> A través de caso de estudio, aplica método para evaluar oportunidades de mercado meta. 	Sesión en línea N°10 Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Visionado de un extracto de la película: Hambre de Poder = "The Founder", sobre las estrategias que sigue Mc. Donalds para consolidarse como líder mundial: https://www.youtube.com/watch?v=u5_fhUWgUZ4 	Recensión de video / Foro	2 HP	
11	<ul style="list-style-type: none"> El Plan territorial de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrolla los elementos de un plan que demuestra la potencialidad de un mercado meta 	Sesión en línea N°11 / Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Realizar la aplicación del Plan territorial de ventas a una empresa real. Informe grupal 	Actividad aplicativa N°11 Presentación de informe	2 HP	
12	<ul style="list-style-type: none"> La remuneración a la fuerza de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta un sistema creativo de remuneración para su fuerza de ventas 	Sesión en línea N°12 Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> A partir del caso de estudio previo análisis, responda las preguntas indicadas de manera que las respuestas tengan un sustento crítico. 	Reporte del caso de estudio / Chat	2 HP	

**UNIDAD 4
EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LAS VENTAS**

CAPACIDAD:

Aplica en la gestión de ventas la evaluación de resultados, empleando los métodos más adecuados.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
13	<ul style="list-style-type: none"> Los argumentos y las objeciones en el acto de ventas. Indicadores claves de gestión (KPI) Métodos de evaluación y control de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Prepara el dossier de los clientes, para organizar la temática de las ventas y el análisis de sus posibles objeciones. Presenta un cuadro comparativo de métodos de evaluación sugiriendo el empleo del más eficaz, para su gestión. 	Sesión en línea N°13 Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Caso sobre el manejo de objeciones en el proceso de ventas. 	Recensión de caso / Chat	2 HP	
14	<ul style="list-style-type: none"> La cartera de cuentas La evaluación y control de la fuerza de ventas La mentalidad cultural de la fuerza de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora cartera de cuentas, sustentando los puntos fuertes de su posición. Aplica ratios y presenta cuadros de resultados, para el control respectivo. Sustenta por comparación, críticas a la personalidad de los vendedores. 	Sesión en línea N°14 Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Caso: Desarrolla caso sobre la evaluación de fuerza de ventas y su mentalidad cultural. 	Recensión de caso / Chat	2 HP	
15	<ul style="list-style-type: none"> Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura. 	<ul style="list-style-type: none"> Taller: Diseña un cuadro sinóptico de la Administración de Ventas y ejemplifica con casos reales 	Sesión en línea N°15 Taller virtual / Foro	2 HT	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Utiliza técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos. 	Técnica de la pregunta / Chat	2 HP	
16	Examen final: Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje.		Evaluación	2 HT	1.5
			Reporte	2 HP	

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orientan al desarrollo de capacidades y la construcción de saberes por los estudiantes, aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social.

Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias del aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos, la lectura comprensiva (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros, videos explicativos grabados, videos complementarios de soporte, plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa asincrónica, entre otros. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Por ello, de acuerdo con el modelo educativo, el profesor 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 sus conocimientos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad de participación activa en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia del cumplimiento del sílabo.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, foros, chats, correo, videos tutoriales, videos complementarios de soporte, plataformas web para simulaciones, wikis, Blog, E-books, videos explicativos grabados, organizadores virtuales, presentaciones multimedia entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP + ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- Hughes, David G. (2007). *Administración de ventas: Un enfoque de orientación profesional*. México: Thompson editores S.A.
- Johnston, M. y Marshall, G. (2009). *Administración de ventas*. (9ª Ed.). México: Mc GrawHill Companies Inc.
- Prieto, J. (2008). *Gerencia de ventas*. Bogotá: ECOE. Ediciones
- Salomón, Michael R. (2008). *Marketing*. (6ª. Ed.). México: Mc GrawHill.

8.2. Electrónicas

- Administración de ventas. Disponible en: <https://bit.ly/2kXOu9d>

Sistematizado por: Ionel Gonzales Benito / Javier Ramírez Corzo	Fecha: 30 de abril de 2020	Revisión pedagógica: René Del Águila R.
--	-----------------------------------	--