DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES (2016-17)

DATOS GENERALES

Código 48212

Créditos ECTS 4,50

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
MARKETING	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Contexto de la asignatura

Esta asignatura del MBA profundiza en las decisiones de dirección de ventas de la empresa que permiten seleccionar, organizar, planificar las diferentes etapas de la venta y dirigir los equipos comerciales de la misma, haciendo especial hincapié en la importancia que tienen hoy en día las estrategias de fidelización de clientes y el marketing relacional. También se introducirán conceptos para desarrollarlos durante las clases como el Networking y las Herramientas Sociales como instrumentos que en el mercado actual pueden ayudar a la empresa en el desempeño de sus actividades comerciales.

La asignatura se encuadra dentro de la Economía de la Empresa, relacionándose estrechamente con las materias de Dirección Estratégica y competitividad empresarial, Finanzas empresariales, Contabilidad para directivos y Habilidades directivas, del mismo semestre. Asimismo, se relaciona con otras materias de Marketing, como la materia obligatoria de Análisis del Mercado así como con las materias optativas de Dirección de Marketing y de Imagen e identidad empresarial.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2016-17)

- Objetivos formativos
Se pretende dar un paso más en el conocimiento de la dirección comercial profundizando en la dirección y organización del equipo comercial.
Entre los resultados de aprendizaje se encuentran:
1. Planificar un departamento comercial
2. Organizar y motivar al equipo de ventas
3. Identificar los factores ambientales clave internos y externos que influyen sobre el desarrollo de las estrategias de marketing y del programa de ventas
4. Saber tomar las decisiones comerciales pertinentes a una situación dada
5. Ser capaz de utilizar y diseñar los componentes del programa de ventas, incluyendo la formulación, ejecución y control del mismo.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2016-17)

Tema 1. La Fuerza de Ventas. Introducción.

Tema 2. El proceso de la Venta Personal.

Tema 3. Fidelización de clientes y Marketing Relacional.

Tema 4. Organización del esfuerzo de ventas.

Tema 5. Territorios de venta.

Tema 6. Cuotas de venta.

Tema 7. La remuneración de vendedores.

Tema 8. La motivación de vendedores.

Tema 9. Networking y Herramientas sociales.

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2016-17

La asignatura se evalúa sobre un máximo de 10 puntos (para aprobar se requiere un mínimo de 5 puntos), que resultan de aplicar:
En la 1ª y 2ª convocatorias (eliminan materia) se realizará un examen final escrito que comprenderá los temas explicados durante el curso y contendrá cuestiones tanto teóricas como prácticas. Se le asigna el 50% de la nota final.
Los trabajos no recuperables se desarrollarán a través de la elaboración, presentación y exposición de informes individuales y/o trabajos en grupo tanto de forma escrita como oral. La aportación a la nota final será del 50%.

Para la evaluación de las pruebas extraordinarias se mantendrá la nota de las actividades que figuren como no recuperables en la guia docente, de modo que aquellos estudiantes que no hayan asistido a clase durante el curso realizan una prueba por el 100% de la nota, y aquellos que realizaron las actividades no recuperables tendrán una ponderación del examen por el 50%, guardando su puntuación sobre la actividades presentadas durante el curso.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	Pruebas objetivas con preguntas teóricas de respuesta corta, preguntas de desarrollo, preguntas basadas en lecturas o casos, problemas de práctica, o una combinación de las modalidades anteriores.	Pruebas escritas	80
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Asistencia, participación y resolución de artículos y ejercicios realizados en el aula.	Informes individuales y/o de trabajos en grupo	20