



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE  
**CHIHUAHUA**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  
CLAVE: 08MSU0017H

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
CLAVE: 08USU4054V

PROGRAMA DEL CURSO  
**Administración de Ventas**

**DES:** Económico Administrativa

**Programa(s) Educativo(s):** L.A.E.

**Tipo de materia:** Especifica optativa

**Clave de la materia:** E812AO

**Semestre:** Octavo

**Área en plan de estudios:** Formación Específica

**Créditos:** 3

**Total de horas por semana:** 3

- Teoría:
- Laboratorio:
- Trabajo extra clase:

**Total de horas semestre:** 48

**Fecha de actualización:** Mayo 2011

**Clave y Materia requisito:** Ninguno

**Fundamentación:**

En la actualidad las empresas requieren egresados con conocimientos, competencias, habilidades, destrezas y valores desarrollados en las diferentes áreas funcionales de una organización. Este programa analítico se fundamenta en los resultados obtenidos del Rediseño Curricular (ver documento integral del Rediseño Curricular) y en el Modelo Educativo Basado en Competencias básicas, profesionales y específicas, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y así contribuir de forma eficiente a las necesidades que la sociedad demande.

**Perfil Académico:**

Título de licenciatura el área de mercadotecnia o administración. Título de maestría deseable. Certificación profesional y/o docente deseable. 3 años de experiencia profesional en el área de mercadotecnia o área afín a la materia.

**Objetivo del Curso:**

El estudiante identificará el campo de las ventas distinguiendo sus funciones y variables con el fin de comprender su importancia dentro de la estrategia y consecución de los objetivos de la empresa. Así mismo, el estudiante analizará la administración efectiva de la fuerza de ventas, desde el enfoque de la gerencia a fin de conseguir los resultados de ventas definidos en los presupuestos.

COMPETENCIAS	CONTENIDO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<b>COMPETENCIA BÁSICA:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Sociocultural</li> <li>– Solución de problemas</li> <li>– Comunicación</li> <li>– Trabajo en equipo</li> </ul>	<p><b>Objeto de estudio 1. Antecedentes y desarrollo histórico de las ventas.</b></p> <p>1.1 Antecedentes históricos. 1.2 El proceso de compra y de venta. 1.3 Relación entre las estrategias y el papel de las ventas. 1.4 Tipos de mercado y su comportamiento. 1.5 Organización del proceso de ventas.</p> <p><b>Objeto de estudio 2. Tipos de ventas.</b></p> <p>2.1 Directa. 2.2 A distancia.</p>	<p>El estudiante identificará la evolución de las ventas, el desarrollo de sus etapas y de sus funciones, con el fin de definir las en el campo de las relaciones públicas.</p> <p>El estudiante diferenciará los tipos de venta, así como su aplicación en las organizaciones, con el fin de mejorar el posicionamiento de la empresa.</p>

	<p><b>Objeto de estudio 3. Sistemas de ventas.</b>  3.1 Menudeo.  3.2 Mayoreo.  3.3 Telemarketing.  3.4 Merchandising  3.5 Internet.</p> <p><b>Objeto de estudio 4. Proceso de venta.</b>  4.1 Preparación.  4.2 Presentación.  4.3 Desarrollo.  4.4 Manejo de objeciones.  4.5 Cierre.  4.6 Actividades posteriores a la venta.</p> <p><b>Objeto de estudio 5. Fuerza de ventas.</b>  5.1 Concepto de Integración de vendedores.  5.2 Funciones de vendedor.  5.3 Perfil del vendedor.  5.4 Reclutamiento del vendedor.  5.5 Selección de vendedores.  5.6 Inducción de vendedores.  5.7 Capacitación de vendedores.  5.8 Planes de compensación a vendedores.  5.9 Evaluación del vendedor.</p> <p><b>Objeto de estudio 6. Gerencia de ventas.</b>  6.1 Funciones  6.2 Dimensiones de la gerencia de ventas  6.3 Habilidades necesarias para la gerencia de ventas  6.4 Estructura de la gerencia de ventas  6.5 Importancia de la gerencia  6.6 Estrategias a desarrollar por la gerencia de ventas  6.8 Liderazgo  6.9 Motivaciones de la gerencia de ventas  6.9.1 Planes de compensación  6.9.2 Factores intrínsecos  6.9.3 Factores extrínsecos.  6.10 Nuevos enfoques de la gerencia</p> <p><b>Objeto de estudio 7. . Pronósticos de ventas.</b>  7.1 Modelos causales  7.1.1 Método Delphi  7.2 Modelos estadísticos  7.2.1 Suavización exponencial  7.2.2 Suavización exponencial simple  7.2.3 Promedios móviles  7.2.4 Regresión lineal  7.2.5 Métodos de descomposición estacionaria.</p>	<p>El estudiante identificará la operación de los diferentes sistemas de venta, con el fin de explicar su funcionamiento en la organización.</p> <p>El estudiante manejará el proceso de venta, con el fin de explicar cada una de sus fases.</p> <p>El estudiante explicará las características principales de la fuerza de venta, con el fin de aplicarlas en el campo de las relaciones públicas.</p> <p>El estudiante analizará las funciones y habilidades requeridas por la gerencia de ventas de una empresa.</p> <p>El estudiante desarrollará un pronóstico de ventas efectivo, a partir de la resolución de casos.</p>
--	--	--

	<p><b>Objeto de estudio 8. Presupuesto de Ventas.</b> 8.1 Definiciones y conceptos 8.1.1 ¿Qué es? 8.1.2 Funciones 8.1.3 Importancia 8.1.4 Pasos para desarrollar un presupuesto.</p> <p><b>Objeto de estudio 9. Sistemas de Control de ventas.</b> 9.1 Controles de ventas. 9.1 Por volumen de ventas. 9.2 Por tipos de artículos vendidos. 9.3 Volumen de ventas estacionales. 9.4 Por el precio de artículos vendidos. 9.5 Por clientes. 9.6 Por territorios. 9.7 Por vendedores. 9.8 Por utilidades producidas. 9.9 Por costos.</p>	<p>El estudiante desarrollará presupuestos de ventas, a través de la aplicación de sus componentes.</p> <p>El estudiante aplicará las medidas y herramientas de control correspondientes para medir el desempeño de las ventas.</p>
--	--	---

<p><b>1. Antecedentes y desarrollo histórico de las ventas.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</li> <li>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</li> <li>3. Actividades en clase.</li> <li>4. Participación en dinámicas.</li> <li>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</li> <li>6. Trabajo en equipo e individual.</li> <li>7. Exposición en equipo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de línea del tiempo de las ventas.</li> <li>2. Elaboración de cuadros sinópticos.</li> <li>3. Elaboración de mapas conceptuales.</li> <li>4. Elaboración de mapas mentales.</li> <li>5. Resumen del tema.</li> <li>6. Cuestionarios.</li> <li>7. Examen escrito.</li> </ol>
<p><b>2. Tipos de ventas.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</li> <li>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</li> <li>3. Actividades en clase.</li> <li>4. Participación en dinámicas.</li> <li>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</li> <li>6. Trabajo en equipo e individual.</li> <li>7. Exposición en equipo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</li> <li>2. Elaboración de mapas conceptuales.</li> <li>3. Elaboración de mapas mentales.</li> <li>4. Resumen del tema.</li> <li>5. Cuestionarios.</li> <li>6. Examen escrito.</li> </ol>
<p><b>3. Sistemas de ventas.</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</li> <li>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</li> <li>2. Elaboración de mapas conceptuales.</li> </ol>

	<p>o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>4. Proceso de venta.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p> <p>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p> <p>2. Elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>5. Fuerza de ventas.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p> <p>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p> <p>2. Elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>6. Gerencia de ventas.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p> <p>2. Exposiciones individuales o en</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p> <p>2. Elaboración de mapas</p>

	<p>equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>7. Pronósticos de ventas.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p> <p>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p> <p>2. Elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>8. Presupuesto de Ventas.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p> <p>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p> <p>2. Elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>9. Sistemas de Control de ventas.</b>	<p>1. Uso de bibliografía diversa. (Señalada en el programa).</p>	<p>1. Elaboración de cuadros sinópticos.</p>

	<p>2. Exposiciones individuales o en equipo, utilizando el Power Point, e-maze o prezi.</p> <p>3. Actividades en clase.</p> <p>4. Participación en dinámicas.</p> <p>5. Investigación en el Internet del tema correspondiente.</p> <p>6. Trabajo en equipo e individual.</p> <p>7. Exposición en equipo.</p>	<p>2. Elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>3. Elaboración de mapas mentales.</p> <p>4. Resumen del tema.</p> <p>5. Cuestionarios.</p> <p>6. Examen escrito.</p>
<b>10. Práctica integradora.</b>	1. Presentación individual del portafolio de evidencias.	Examen final.

FUENTES DE INFORMACIÓN	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
<p>GSCHWANDTER, Gerhard Manual del gerente de ventas. Mc. Graw-Hill. México, 2008. ISBN: 9701063015</p> <p>HARTLEY, Robert F. Administración de ventas. México. CECSA. 2004.</p> <p>LLAMAS, José Maria. Estructura científica de la venta: técnicas profesionales de ventas. 2° edición. México. Limusa. 2002.</p> <p>Haynes, Bob (2000) Cómo medir la satisfacción del cliente. México: Ed. Gestión.</p> <p>Johnston, Mark W. &amp; Marshall, Greg W. (2003) Administración de ventas. México: McGraw-Hill.</p> <p>Lovelock, H. (1997) Mercadotecnia de Servicios. México: Prentice Hall.</p> <p>ANDERSON, Rolph E. Administración de ventas. McGraw_Hill. México. 2007. ISBN:970-10-0673-2</p> <p>ARTALL CASTELLS Manuel. Dirección de ventas, Organización del Departamento de Ventas y Gestión de Vendedores, ESIC Editorial, 2007.</p> <p>HUGHES, David. Administración de ventas: un enfoque de orientación profesional. Internacional Thomson. México.2004. ISBN: 970-686-055-X</p>	<p><b>Metodología y estrategias didácticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prácticas.</li> <li>2. Tareas.</li> <li>3. Exposiciones.</li> <li>4. Lecturas.</li> <li>5. Investigación documental.</li> <li>6. Investigación de campo.</li> <li>7. Solución de problemas.</li> </ol> <p><b>Reconocimientos Parciales:</b> Evidencias (Actividades integradoras):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tres evaluaciones escritas.</li> </ol> <p><b>Reconocimiento Integrador Final:</b> Evidencias: Informe de investigación realizada (Trabajo Integrador Final)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Examen final.</li> <li>▪ <b>Trabajo final.</b></li> </ul>
<b>Elaborado por:</b>	<b>Fecha de actualización:</b>

