

## Programas de Asignatura

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA		
Carrera / Programa	Ingeniería en Información y Control de Gestión	
Unidad Responsable	Escuela de Ciencias Empresariales	
Nombre de la Asignatura	Gestión de Ventas	
Código	FP9Z3 / FP9Z4 / FP9Y8 INGENIERIA COMERCIAL FP910 / FP9Z6 INGENIERIA INFORMACION Y CONTROL DE GESTION	
Semestre en la Malla <sup>1</sup>	9	
Créditos SCT – Chile	5	
Ciclo de Formación (Sólo pregrado)	Básico	
	Profesional	x
Tipo de Asignatura	Obligatoria / Fundamental	
	Electiva	x
Clasificación de Área de Conocimiento	Área	Ciencias Empresariales
	Sub área	
Requisitos	Pre requisitos	7 semestre
	Requisitos	

II. ORGANIZACIÓN SEMESTRAL		
Horas Dedicación Semanal <i>Cronológicas</i>	Docencia directa	3 horas
	Trabajo autónomo	3 horas
	<b>TOTAL</b>	
Detalles Horas Directas <i>Cronológicas</i>	Cátedra	3 horas
	Ayudantía	
	Laboratorio	
	Taller	
	Terreno	
	Experiencia clínica	
	Supervisión	
	<b>TOTAL</b>	6 horas

<sup>1</sup> Este campo sólo se completa en caso de carreras con programas semestrales.

### III. APORTE AL PERFIL DE EGRESO

Este curso aporta a la Gestión de los Recursos Organizacionales. El estudiante será capaz de emplear un marco de referencia para controlar y gestionar equipos de ventas eficaces.

### IV. COMPETENCIAS

- Gestionar el recurso humano para el logro de los objetivos organizacionales.
- Gestionar los recursos financieros para el logro de los objetivos organizacionales.
- Gestionar el marketing de la organización.
- Gestionar la logística de la cadena productiva.
- Gestionar la información y el aprendizaje para el logro de los objetivos organizacionales

### V. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar la asignatura los participantes deben tener la capacidad de crear, dirigir, controlar y gestionar equipos de ventas eficaces, evidenciando conocimientos generales de un departamento de ventas dentro de una empresa y desde la perspectiva de gestión y optimización de los recursos utilizables.

### VI. ÁREAS TEMÁTICAS

#### **Unidad I: Conceptos y estructura de la función ventas:**

- La función ventas y el impacto en área estratégica, gestión y control
- Plan de venta
- Plan de control de venta
- Organización de la estructura de ventas
- Estrategias y tácticas de comunicación interna
- El plan de empresa, de marketing y ventas

#### **Unidad II: La Gestión de ventas:**

- Previsiones y cuotas de venta
- Presupuestos de ventas
- Organización del territorio
- Construcción de rutas
- Control de ventas de vendedores
- Costo de ventas

#### **Unidad III: Las ventas especiales:**

- La venta de servicios v/s productos

- La venta directa v/s indirecta
- Canales de venta modernos
- La venta personal
- Otros sistemas de venta

**Unidad IV: Gestión de clientes:**

- Prospección y captación de clientes
- Retención, fidelización y reactivación de clientes

## VII. ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

- Iniciar la unidad a través de los conocimientos previos de los estudiantes a través de un diagnóstico.
- Vincular los aprendizajes, los contenidos y actividades con el contexto social, laboral y de la carrera.
- Exposición dialogada del profesor acompañada de espacios de reflexión y análisis.
- Resolución de problemas en grupos colaborativos.
- Exposición grupal de temas de investigación.
- Casos de discusión y aplicación

## VIII. ORIENTACIONES Y CRITERIOS PARA LA EVALUACIÓN

- Nota mínima de aprobación igual o superior a 4,0 sobre la base de una escala de 1,0 a 7,0.
- Para aquellos estudiantes que no alcanzaron la aprobación podrán acogerse al Art. 42 letra a) y b) del reglamento de Pre-Grado.

## RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

- Fernie, John; Logística y gestión de la venta, Granica, 2001
- Artal Castells, Manuel. Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. 7ª edición. ESIC Editorial, 2007.