



ES
CURSO ACADEMICO 95-96



E
S
U
E
L
A
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
R
I
A

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

E

E
S
T
U
N
I
V
E
R
S
I
D
A
D
O
S

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

E
M
P
R
E
S
A
R
I
A
L
E
S

MARKETING II (TECNICAS COMERCIALES)

PROFESORES:

MANUEL REY MORENO
JOSE GIL JIMENEZ
MARIO CASTELLANOS VERDUGO
MANUEL ORTIGUEIRA SANCHEZ

Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		



PARTE I = GESTION DE LA FUERZA DE VENTAS

TEMA 1: LA FUERZA DE VENTAS VARIABLE COMERCIAL

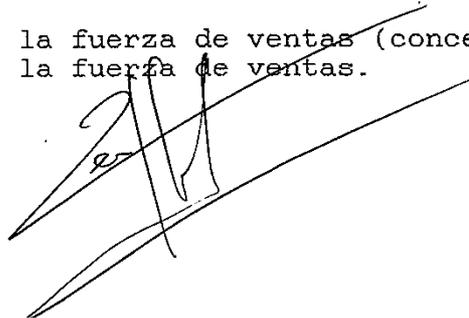
1. Introducción.
2. Análisis de la fuerza de venta: clasificación, componentes, especificaciones.
3. Fases de estudio de la variable fuerza de ventas.
4. Objetivos de la fuerza de ventas: funciones básicas y complementarias.

TEMA 2: EL PRESUPUESTO DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Introducción.
2. Remuneración de la fuerza de ventas.
 - 2.a) Importancia de una buena política de remuneración.
 - 2.b) Opciones principales para elegir una política de remuneración.
 - 2.c) Sistemas de remuneración (sueldo fijo, primas y comisiones) y campos de aplicación.
 - 2.d) Otros sistemas (mixtos y colectivos).
 - 2.e) Condiciones, lanzamiento e implantación de un plan de remuneración.
3. Plan de gastos.
4. Tamaño de la fuerza de venta.
 - 4.a) Introducción.
 - 4.b) Modelos sobre ventas potenciales (Talley y Zeyl y Dayan).
 - 4.c) Modelos de razonamiento marginal (Buzzell y Simeray).

TEMA 3: RECLUTAMIENTO, SELECCION Y RECEPCION DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Introducción.
2. Análisis de puestos (concepto, aplicaciones y componentes).
3. Reclutamiento de candidatos (concepto, proceso y fuentes).
4. Selección de la fuerza de ventas (concepto y proceso).
5. Recepción de la fuerza de ventas.



Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1*2Bdg*3D*3D		



TEMA 4: FORMACION DE LA FUERZA DE VENTAS

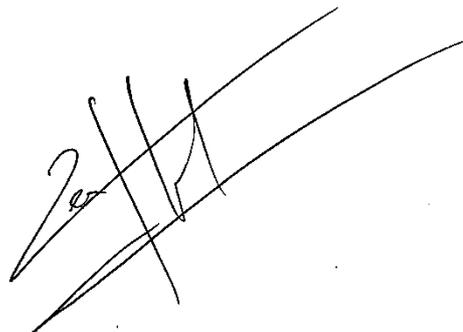
1. Concepto e importancia de la formación.
2. Clasificación temporal y espacial de la formación.
3. Métodos básicos de formación (individual y colectiva).
4. Contenido de un programa de formación.
5. El entrenamiento permanente.

TEMA 5: ASIGNACION DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Introducción.
2. Asignación por productos (concepto, ventajas e inconvenientes).
3. Asignación por áreas geográficas.
 - 3.a) Concepto, ventajas e inconvenientes.
 - 3.b) Territorios de venta (preparación, diseño y asignación).
 - 3.c) Las rutas de venta (concepto, diseño y métodos de optimización).
4. Asignación por clientes.
 - 4.a) Concepto, ventajas e inconvenientes.
 - 4.b) Fases del proceso de asignación.
 - 4.c) Modelos de asignación.

TEMA 6: EL CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Importancia de la función de control.
2. Fases del proceso de control.
3. Evaluación de los resultados vs comportamiento: enfoques teóricos sobre la evaluación del rendimiento de los agentes.
4. Aplicación de los sistemas de control a la fuerza de venta: métodos de control.
 - 4.a) Control de ventas.
 - 4.b) Control de clientes.
 - 4.c) Control de visitas, gastos e impagados.
5. Valoración final de la fuerza de ventas: ratios comerciales.



Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		



PARTE II: TECNICAS DE VENTAS

TEMA 7: EL NUEVO MUNDO DE LA VENTA

1. Diferentes formas y estilos de venta.
2. Concepción actual de venta: reinventando al vendedor.
3. La comunicación del vendedor.
4. La ética y el vendedor.

TEMA 8: TECNICAS DE VENTA

1. Introducción.
2. Venta de simple estímulo-respuesta.
3. Venta formulada.
4. Sistema de venta para la satisfacción de necesidades.
5. Venta a tono.
6. Teoría de la venta con superación de obstáculos.
7. Venta a fondo o intensiva.

TEMA 9: EL PROCESO DE VENTA A FONDO

1. Planificación.
2. Contacto.
3. Exposición.
4. Resolución de dudas.
5. Cierre de la venta.
6. Seguimiento o insistencia.

TEMA 10: AREAS ESPECIALIZADAS DE VENTA

1. La venta inmobiliaria.
2. La venta en el mercado exterior.
3. La venta a grupos.
4. El telemarketing.



Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	4/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		



BIBLIOGRAFIA BASICA. —

- Díez de Castro, Enrique Carlos (1991): Gestión de la fuerza de ventas, Deusto, Bilbao.
- Artal Castells, Manuel (1993): Organización, dirección y control de ventas, Esic, Madrid.
- Varela González, J.(1991): Los agentes de ventas, Ariel, Barcelona.
- Fournis, Y.(1991): La red de ventas, Gestión 2000, Barcelona.
- Barceló, C. (1994): Un enfoque práctico de la gestión de ventas, Marcombo, Barcelona.
- Thompson, Joseph W.(1986): La venta, Hispano Europea, Barcelona.
- Kossen, S. (1992): La venta creativa, Díaz de Santos, Madrid.
- Chandezon, G. y Lancestre, A.(1991): Las técnicas de venta, Oikos-tau, Barcelona.

En cada tema se facilitará bibliografía específica.

NOTAS SOBRE EVALUACION. —

La calificación final será resultado de todos o algunos de los siguientes apartados:

- Valoración positiva de la asistencia a clase.
- Trabajos prácticos en equipo y exposición en clase del guión desarrollado por el grupo sobre los casos planteados.
- Exámenes parciales y/o final.

a) CLASES.

De las tres horas de clase semanales, dos se dedicarán a cuestiones teóricas (desarrollo del programa) y una al análisis de casos prácticos.

Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	5/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		



b) TRABAJOS PRACTICOS EN EQUIPO.

- Su realización será en grupos de, aproximadamente, seis personas y totalmente voluntaria.

- Comprenden como actividad básica el análisis y resolución de casos prácticos propuestos en clase. Para ello el grupo recurrirá a la bibliografía citada en el programa o mencionada a tal efecto, así como a las explicaciones efectuadas por el profesor.

- Cada grupo realizará tres casos a lo largo del curso, siempre que el número de grupos existentes lo permita. La solución a las cuestiones planteadas se discutirán y analizarán en clase.

b.1) Exposición de los trabajos

- Se nombrará un portavoz para cada uno de los grupos. Este será el encargado, en primera instancia, de dar una explicación razonada del problema, así como la opinión del grupo sobre la posible solución.

- A continuación, se procederá a debatir entre el profesor y los miembros de los grupos citados, las soluciones planteadas.

b.2) Entrega del trabajo

Cada grupo deberá entregar al profesor el caso resuelto por escrito, con los siguientes requisitos:

- a) Papel DIN A4.
- b) Lanzado por impresora.
- c) Referencia bibliográfica al final.
- d) En la primera página debe figurar: título del caso, componentes del grupo y número de identificación (se asignará a principio de curso).

b.3) Valoración de los trabajos

- La valoración del trabajo será de un punto como máximo, a sumar a la nota final obtenida en cada uno de los exámenes realizados hasta la convocatoria de Septiembre inclusive.

Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	6/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		



- Los criterios utilizados por el profesor para otorgar la calificación correspondiente a cada miembro del grupo serán:

- a) Asistencia a las reuniones programadas con el profesor.
- b) Respuestas a las cuestiones realizadas en la reunión.
- c) Entrega puntual del trabajo realizado.
- d) Presentación y contenido.

c) EXAMENES.

- Durante el curso se realizarán dos exámenes parciales. Como fechas de realización proponemos las siguientes:

Primer Parcial: Tercera semana de Abril.

Segundo Parcial: Tercera semana de Mayo.

La superación de un examen parcial supone la eliminación de la materia correspondiente hasta la convocatoria de Junio.

- El examen final de la materia se propone para la tercera semana de Junio.



Código Seguro De Verificación	dmdHekJPjzFOT3lJ4q1+dg==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	7/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/dmdHekJPjzFOT3lJ4q1%2Bdg%3D%3D		

