

ESCUELA UNIVERSITARIA
DE ESTUDIOS EMPRESARIALES
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

ESCUELA UNIVERSITARIA DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

MARKETING II

CURSO ACADÉMICO 1996/97

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D		



PARTE I : GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

TEMA 1: LA FUERZA DE VENTAS VARIABLE COMERCIAL

1. Introducción.
2. Análisis de la fuerza de ventas: clasificación y 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 en la elección de una política de remuneración.
 - 2.c) Sistemas de remuneración monetaria (sueldo fijo, primas y comisiones) y campos de aplicación.
 - 2.d) Otros sistemas (mixtos y colectivos).
 - 2.e) Recompensas no monetarias.
 - 2.f) Condiciones, lanzamiento e implantación de un plan de remuneración.
3. Plan de gastos.
4. Tamaño de la fuerza de ventas.
 - 4.a) Introducción.
 - 4.b) Modelos sobre ventas potenciales.
 - 4.c) Modelos de razonamiento marginal.

TEMA 3: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Introducción.
2. Análisis de puestos (concepto y componentes).
3. Reclutamiento de la fuerza de ventas (concepto y fuentes).
4. Selección de la fuerza de ventas (concepto y proceso).
5. Nuevas tendencias en el reclutamiento y selección de la fuerza de ventas.

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D		



TEMA 4: SOCIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Socialización y transmisión inicial de información a los nuevos agentes de ventas.
2. Concepto, objetivos e importancia de la formación.
3. Clasificación temporal y espacial de la formación.
4. Contenido de un programa de formación.
5. Formación del personal de ventas experto.

TEMA 5: ASIGNACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Introducción.
2. Asignación por productos (concepto, ventajas e inconvenientes).
3. Asignación por áreas geográficas.

- 3.a) Características (concepto, ventajas e inconvenientes).
- 3.b) Terminología esencial.

- 3.b.1) Unidad geográfica básica.
- 3.b.2) Territorios o áreas de ventas.
- 3.b.3) Mercado.

- 3.c) Proceso de asignación.

4. Asignación por clientes.

- 4.a) Características (concepto, ventajas e inconvenientes).
- 4.b) Proceso 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 y del comportamiento: enfoques teóricos sobre la evaluación del rendimiento de los agentes.
4. Valoración final de la fuerza de ventas: ratios comerciales.

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D		



PARTE II: TÉCNICAS DE VENTAS

TEMA 7: EL NUEVO MUNDO DE LA VENTA

1. Diferentes tipos 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: TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción.
2. Venta de simple estímulo-respuesta.
3. Venta formulada.
4. Sistema de venta para la satisfacción de necesidades.
5. Teoría de la venta con superación de obstáculos.
6. 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.
6. Seguimiento o insistencia.

TEMA 10: ÁREAS ESPECIALIZADAS DE VENTA

1. La venta a grupos.
2. El telemarketing.

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D	Página	4/7



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Díez de Castro, E.C.(1991): Gestión de la fuerza de ventas, Deusto, Bilbao.
- Varela González, J.(1991): Los agentes de ventas, Ariel, Barcelona.
- Fournis, Y.(1991): La red de ventas, Gestión 2000, Barcelona.
- Artal Castells, M.(1993): Organización, dirección y control de ventas, Esic, Madrid.
- Barceló, C. (1994): Un enfoque práctico de la gestión de ventas, Marcombo, Barcelona.
- Thompson, J.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.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA


a) CLASE MAGISTRAL Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

De las tres horas de clase semanales asignadas a la asignatura, dos se dedicarán al desarrollo de cuestiones teóricas y practicas contenidas en el programa.

b) TRABAJOS PRÁCTICOS EN EQUIPO

La hora semanal restante se dedicará a la resolución en grupos por parte del alumnado de un conjunto de casos prácticos. Las características esenciales que regirán el desarrollo de esta actividad se exponen a continuación:

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	5/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D		



- La realización de estos trabajos será en grupos de, aproximadamente, seis personas y totalmente voluntaria.
- Cada grupo realizará tres casos a lo largo del curso, siempre que el número de grupos de trabajo existentes lo permita. La solución a las cuestiones planteadas se discutirá y analizará en clase.
- 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 las soluciones planteadas.
- Cada grupo deberá entregar 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, los componentes del grupo así como el número de identificación del mismo (se asignará a principio de curso).

c) HORARIO DE TUTORÍAS

Esta actividad representa una aproximación a una enseñanza más individualizada. Se desarrollarán a lo largo del curso con la intención de aclarar aquellas dudas que surgan al alumno durante el estudio de la asignatura.


El horario que tendrá cada profesor así como el lugar donde se realizarán, serán publicados en el tablón de la asignatura en el centro (primera planta, ala derecha del edificio).

d) MATERIAL DIDÁCTICO

El último aspecto que consideramos es el material con el que vamos a trabajar. No sería posible la aplicación correcta de estas técnicas sino se poseen unos equipos adecuados para ello. Emplearemos el siguiente:

- De escritura: Pizarra, borrador, tiza y rotuladores.
- Visual: Proyector, pantalla de transparencias y vídeo.
- Auditivo: Micrófono (si fuese necesario).

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D	Página	6/7



EVALUACIÓN

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

- a) Exámenes parciales y/o final.
- b) Trabajos prácticos en equipo y exposición en clase del estudio desarrollado.

a) EXÁMENES

Durante el curso se realizarán dos exámenes parciales. Las fechas que se proponen son:

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.

b) TRABAJOS PRÁCTICOS EN EQUIPO

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

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

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

Código Seguro De Verificación	gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w==	Fecha	13/02/2024
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	7/7
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/gnH9e9p4JU0oaydQ4UgG6w%3D%3D		

