

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

822 - Dirección de Equipos Comerciales

Máster Universitario en Dirección de Marketing Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas)			Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 1 Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING				
Código y denominación	822 - Dirección de Equipos Comerciales				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	INNA ALEXEEVA ALEXEEV				
E-mail	inna.alexeeva@unican.es				
Número despacho					
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocimientos y capacidades para lograr una óptima dirección de equipos de ventas.

4. OBJETIVOS

- Conocer el papel de la fuerza de ventas como herramienta al servicio de la estrategia y práctica empresarial.
- Delimitar las tareas asociadas al trabajo de venta y los requisitos exigidos a quienes han de desempeñarlas.
- Comprender la utilidad del análisis de ventas, costes y comportamiento para controlar el rendimiento del personal de ventas.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE
CONTENIDOS

1	IMPORTANCIA Y ESTRUCTURA DE LA FUERZA DE VENTAS - Evolución de la fuerza de ventas como herramienta comercial - La dirección de ventas en la gestión de empresas - Formas de organización de la fuerza de ventas - Análisis de las oportunidades de mercado y definición de los territorios de venta
2	EL EQUIPO DE VENTAS: LIDERAZGO, MOTIVACIONES Y EVALUACIÓN - El papel y las características asociadas a la excelencia en la venta - Liderazgo y motivación de los equipos de venta - Evaluación de la actividad del equipo de ventas

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen	Actividad de evaluación con soporte virtual	No	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	40,00
Participación en dinámicas de clase y en grupo	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
El estudiante superará la asignatura cuando la suma de las notas de cada una de las partes, aplicados los porcentajes indicados, sea superior a 5.				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Examen y trabajo individual con todos los contenidos de la asignatura.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA
Artal, M. (2005): Dirección de ventas. ESIC Editorial. Madrid.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.