

**Agosto 2022**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**DEPARTAMENTO DE ECONOMIA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOLOGÍA**

**Estrategia de ventas**

**Objetivo general:** Sensibilizar a los alumnos sobre la importancia de la Estrategia de Ventas dentro de las organizaciones; que el participante conozca la perspectiva de las ventas, su entorno, el dominio de las técnicas, su administración y control.

**Objetivo particular**: Formar **personas** enfocadas a la estrategia comercial, expertos en la materia y que estén preparados para ejercer **el proceso de ventas**, empleando a la ética, la empatía y la sinergia como herramientas fundamentales.

**Conceptos clave:**

* Innovación.
* Sinceridad.

**Metodología:**

* Clase presencial / teórica-práctica.
* Estudio de casos / análisis personal y profundo.
* Exposiciones programadas: temática-proyecto / profesor-estudiante.
* Ejecución de un proyecto en una organización:
  + Exposiciones parcial y final.
  + En equipo.
  + Criterios básicos que la organización elegida debe cumplir -los extraordinarios beneficios son para todas las partes involucradas (consultoría y ejecución)-:
    - Un integrante del equipo debe tener participación.
    - Puede ser visitada.
    - Acceso a información.
  + Se expone:
    - Diagnóstico.
    - Situación previa a la intervención.
    - *Mejoras ejecutables* -de cada punto fundamental para el Proyecto-.
  + Por lo menos se deben presentar 10 *nuevas* estrategias.
  + Entregables:
    - Presentación (2).
    - Documento con el total de la información generada -Word- y el resumen ejecutivo expuesto en clase -PowerPoint-.
    - Dinámica grupal -actividad estructurada y aplicada por los participantes-; NO participa el profesor.
    - Fotografía por participación -exposición-.
    - Compartir alimentos -respetando toda regulación al respecto-.
* Retroalimentación / exámenes parciales.

**Plan de Trabajo:**

**Parte uno Perspectiva de Ventas**

Objetivos:

* Examinar las ventas en su contexto histórico y estudiar su lugar dentro del marketing.
* Analizar los diferentes tipos de compradores con la finalidad de ayudar a comprender su pensamiento y a organizar el esfuerzo de ventas de forma consecuente.

Temas:

1. Desarrollo y rol de las ventas en marketing
2. Estrategia de ventas

Ejercicios.

Retroalimentación.

**Parte dos Entorno de ventas**

Objetivos:

* Analizar las instituciones a través de las cuales se realiza la venta.
* Conocer los canales de venta –industriales, comerciales e institucionales-
* Profundizar en las ventas internacionales.

Temas:

1. Comportamiento del consumidor y el comprador organizacional
2. Esquema de ventas
3. Ventas en el mercado internacional
4. Aspectos legales y éticos

Ejercicios.

Retroalimentación.

**Parte tres Técnicas de ventas**

Objetivos:

* Preparar para vender.
* Conocer el proceso para la venta en persona.
* Entender la responsabilidad en las ventas.

Temas:

1. Responsabilidades y preparación para las ventas
2. Habilidades personales de ventas
3. Administración de cuentas clave
4. Venta por relaciones
5. Marketing directo
6. Internet y las aplicaciones de tecnología de la información (TI) en ventas y administración de ventas

Ejercicios.

Retroalimentación.

**Parte cuatro Administración de ventas**

Objetivo:

* Gestionar el proceso de reclutar, organizar y retribuir a los representantes de ventas desde el punto de vista administrativo.

Temas:

1. Reclutamiento y selección
2. Motivación y capacitación
3. Organización y remuneración

Ejercicios.

Retroalimentación.

**Parte cinco Control de ventas**

Objetivos:

* Explicar el presupuesto de ventas como el punto de partida para la planeación de negocios.
* Analizar el pronóstico de ventas, conocer una guía de las técnicas de pronósticos y explicar por qué esta labor es estrictamente una responsabilidad del gerente de ventas y no del área de finanzas.

Temas:

1. Pronóstico y presupuesto de ventas
2. Evaluación de la fuerza de ventas

Ejercicios.

Retroalimentación.

**Bibliografía base:**

Jobber, D. & Lancaster, G. (2012). “Administración de Ventas”. México. Editorial Pearson Educación de México.

**Evaluación:**

* Casos prácticos: 25%
* Retroalimentación: 25%
* Proyecto parcial 15%
* Proyecto final: 35%
* Participación -en clase-: 10%

La calificación máxima para acreditar es 10 y la mínima 6. Se redondea hacia arriba a partir de 0.6.

**Asistencia:**

* + Para acreditar la materia es necesario cubrir el 80% de asistencia y permanencia en el tiempo del curso, lo cual equivale al derecho de 6 faltas en el curso.
  + Tolerancia de 10 minutos, después de este tiempo y antes de los 30 minutos de haber iniciado la clase se permite la entrada con retardo, dos retardos equivalen a una falta.

**Presentación de trabajos y fechas de entrega:**

* + Entrega de avances específicos previamente acordados. Trabajos incompletos o de baja calidad se amonestan.
  + No se reciben trabajos fuera de tiempo, ni reposición de actividades por faltas.
* **Teléfonos celulares y aparatos electrónicos solo para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.**

**Honestidad:**

* + Las tareas y los trabajos deben hacerlas individualmente, a menos de que se les pida trabajo grupal. No es válido copiar el trabajo de otro alumno.
  + Dar crédito a los autores de las ideas que no son tuyas.
  + Cada estudiante es responsable del trabajo que le corresponde.

**Respeto:**

* + No hablar cuando otro compañero esté hablando. Si deseas hablar, espera hasta que termine lo quien lo esté haciendo.
  + No burlarse de la opinión del otro.

**Actitud:**

* + De apertura y propositiva

**Información IMPORTANTE:**

* El regreso al campus será hasta que el gobierno estatal lo autorice.
* Implementar: Aviso de Privacidad Simplificado para los Alumnos / Clases a Distancia / Periodo Emergencia Sanitaria COVID – 19.
* Código de vestimenta adecuado en las sesiones virtuales, tal como lo harían si estuvieran presencialmente en ITESO.
* La asistencia requiere que el alumno esté conectado a la sesión de principio a fin y que esté disponible cuando el profesor le consulte algo de manera directa o le indique al grupo completo que realice alguna actividad puntual. Si ambas condiciones fallan, la asistencia no se puede dar por válida.
  + La cámara debe estar activa siempre y el sonido solo cuando se requiera.
* En clase no habrá tolerancia para conductas que violen reglas de convivencia y género.

**Profesor:**

**Edil Antonio Orozco Ortiz /** [**edilorozco@iteso.mx**](mailto:edilorozco@iteso.mx)

**33 1241 9068**