

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. La dirección comercial</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Concepto de dirección comercial</p> <p>1.3. Evolución y desarrollo</p> <p>1.4. Ventas como área estratégica, de gestión y de control</p> <p>1.5. El papel de la dirección comercial</p> <p>1.6. Rasgos fundamentales de la dirección comercial</p> <p>1.7. Funciones y responsabilidades de la dirección comercial</p>	<p>Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una).</p> <p>Test Tema 1(0,1 puntos)</p>	Clase de presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	<p>Tema 2. El vendedor</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Concepto de vendedor</p> <p>2.3. Funciones a desarrollar</p> <p>2.4. Tipos de vendedores</p> <p>2.5. El perfil del vendedor</p> <p>2.6. Características y conocimientos necesarios del vendedor</p>	Test Tema 2(0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	<p>Tema 3. El departamento de Ventas</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Aspectos generales</p> <p>3.3. Funciones del departamento de Ventas</p>		Clase del tema 3
Semana 4	<p>Tema 3. El Departamento de Ventas (Continuación)</p> <p>3.4. El papel del director de ventas</p> <p>3.5. Factores condicionantes de la organización del Departamento de Ventas</p> <p>3.6. Tipología de estructuras organizativas en ventas</p>	Test Tema 3(0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 5	<p>Tema 4. La organización comercial</p> <p>4.1.¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Aspectos fundamentales</p> <p>4.3. Tipología y dimensionamiento</p>		Clase del tema 4
Semana 6	<p>Tema 4. La organización comercial (Continuación)</p> <p>4.4. Métodos de cálculo de redes comerciales</p>	<p>Actividad: Cálculo de la fuerza de ventas(1,4 puntos)</p> <p>Test Tema 4(0,1 puntos)</p>	Clase del tema 4 y presentación de la actividad Cálculo de la fuerza de ventas

Semana 7	<p>Tema 5. Gestión de rutas de ventas y territorios</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Introducción</p> <p>5.3. Definición de rutas y áreas de ventas</p> <p>5.4. Variables a considerar en la gestión de rutas</p>	<p>Actividad grupal: Diseño de rutas de venta(2 puntos)</p> <p>Test Tema 5(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5 y presentación de la actividad grupal Diseño de rutas de ventas</p>
Semana 8	<p>Tema 6. Ventas, <i>marketing</i> relacional y CRM</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Técnicas de venta y <i>marketing</i> relacional</p> <p>6.3. El proceso de venta relacional</p> <p>6.4. El equipo de ventas relacional</p> <p>6.5. Herramientas CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)</p>	<p>Test Tema 6(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6</p>
Semana 9	<p>Tema 7. Administración de la fuerza de ventas internacional</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. La fuerza de ventas internacional</p> <p>7.3. Factores influyentes en la fuerza de ventas internacional</p> <p>7.4. Tareas de la fuerza de ventas internacional</p> <p>7.5. Las misiones comerciales internacionales</p> <p>7.6. Las ferias y congresos internacionales</p>	<p>Test Tema 7(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7</p> <p>Clase para presentar las conclusiones de la actividad Cálculo de la fuerza de ventas</p>
Semana 10	<p>Tema 8. Distribución comercial</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. La distribución comercial como variable de marketing</p> <p>8.3. Funciones de los intermediarios</p> <p>8.4. Tipología de los intermediarios</p>	<p>Actividad: Estrategia de elección del canal(1,4 puntos)</p> <p>Test Tema 8(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8 y presentación de la actividad Estrategia de elección del canal</p>
Semana 11	<p>Tema 9. Los canales de distribución</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. Los canales de distribución</p> <p>9.3. Tipología de los canales de distribución</p>		<p>Clase del tema 9</p> <p>Sesión de presentación del modelo de examen</p>
Semana 12	<p>Tema 9. Los canales de distribución (Continuación)</p> <p>9.4. Organización de los canales de distribución</p>	<p>Test Tema 9(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9</p> <p>Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal Diseño de rutas de venta</p>
Semana 13	<p>Tema 10. Administración de las empresas de distribución</p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. Formatos minoristas</p> <p>10.3. Formatos mayoristas</p>		<p>Clase del tema 10</p>
Semana 14	<p>Tema 10. Administración de las empresas de distribución (Continuación)</p> <p>10.4. <i>Merchandising</i></p> <p>10.5. Logística</p>	<p>Test Tema 10(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 10</p> <p>Clase para presentar las conclusiones de la actividad Estrategia de elección del canal</p>

Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de examen		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.