

## Programación semanal

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

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 1	<p><b>Tema 1. La dirección de ventas</b></p> <p>1.1. Presentación 1.2. La función de ventas en la empresa 1.3. Elementos, relaciones y variables del sistema de ventas 1.4. La dirección comercial o dirección de ventas 1.5. Tareas de la dirección de ventas 1.6. La dirección de ventas, el estado de la demanda y los cambios del entorno 1.7. Características de los problemas comerciales 1.8. El proceso de toma de decisiones comerciales 1.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,2 puntos cada una).</p> <p>Foro: Dirección comercial de las «Pastillas contra el dolor ajeno de la ONG Médicos sin fronteras» (1,8 puntos)</p> <p>Test Tema 1 (0,1 puntos)</p>
Semana 2	<p><b>Tema 2. La planificación de ventas</b></p> <p>2.1. Presentación 2.2. Concepto de planificación de ventas 2.3. La venta relacional 2.4. Especificación de los objetivos de venta 2.5. La prospección de ventas 2.6. Elección del sistema de ventas 2.7. Diseños de la red y territorios de ventas 2.8. Planificación de las visitas 2.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 2 (0,1 puntos)</p>
Semana 3	<p><b>Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas</b></p> <p>3.1. Presentación 3.2. Gestión de la fuerza de ventas 3.3. El trabajo del equipo de ventas 3.4. Selección del equipo de ventas 3.5. Formación del equipo de ventas 3.6. Motivación del equipo de ventas 3.7. Remuneración del equipo de ventas 3.8. Evaluación y control del equipo de ventas</p>	<p>Test Tema 3 (0,1 puntos)</p>
Semana 4	<p><b>Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa</b></p> <p>4.1. Presentación 4.2. Visión cliente 4.3. El movimiento de defensa del consumidor 4.4. Marco internacional sobre derechos del consumidor y privacidad 4.5. La satisfacción del cliente 4.6. La fidelización del cliente 4.7. Cliente empresarial, business to business 4.8. El servicio postventa 4.9. Customer Relationship Management (CRM)</p>	<p>Test Tema 4 (0,1 puntos)</p>

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 5	<b>Tema 5. Distribución comercial</b> 5.1. Presentación 5.2. La distribución comercial 5.3. Canales de distribución 5.4. Selección de los canales de distribución 5.5. Decisiones sobre el canal de distribución 5.6. Mercados	
Semana 6	<b>Tema 5. Distribución comercial (continuación)</b> 5.7. Comercio mayorista 5.8. Comercio detallista o minorista 5.9. Integración de los canales de distribución 5.10. Tendencias en la distribución 5.11. Relaciones entre miembros del canal de distribución 5.12. La venta multicanal	Test Tema 5 (0,1 puntos)
Semana 7	<b>Tema 6. Previsión comercial</b> 6.1. Presentación 6.2. El proceso de estimación de las ventas 6.3. De la investigación de mercados a la previsión comercial 6.4. Métodos de previsión de demanda 6.5. La importancia de las bases de datos y el Data Mining	Caso práctico: The Jamestown Company (2,5 puntos) Test Tema 6 (0,1 puntos)
Semana 8	<b>Preparación del caso</b>	Asistencia a la clase de discusión en grupo (0,6 puntos)
Semana 9	<b>Tema 7. La propuesta comercial</b> 7.1. Presentación 7.2. La propuesta comercial 7.3. Formulación de la propuesta comercial 7.4. Segmentación de clientes 7.5. Gestión de clientes estratégicos 7.6. La propuesta comercial internacional 7.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 7 (0,1 puntos)
Semana 10	<b>Resolución del caso</b>	
Semana 11	Semana de exámenes	