

## Programación semanal

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

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (7 puntos)
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>	
Semana 2	<b>Tema 1. La dirección de ventas</b> 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	Análisis: Investigación sobre planeación de ventas (1.5 puntos)
Semana 3	<b>Tema 1. La dirección de ventas (continuación)</b> 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	
Semana 4	<b>Tema 2. La planificación de ventas</b> 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	Análisis: Investigación sobre la dirección de ventas (1.5 puntos)
Semana 5	<b>Tema 2. La planificación de ventas (continuación)</b> 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	Propuesta comercial: Modelo de negocio integral (1.5 puntos)
Semana 6	<b>Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas</b> 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	
Semana 7	<b>Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas (continuación)</b> 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	Diseño de estrategia: Ampliación de las estrategias corporativas para las ventas (1.5 puntos)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (7 puntos)
Semana 8	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 9	<b>Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa</b> 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	
Semana 10	<b>Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa (continuación)</b> 4.6. La fidelización del cliente 4.7. Cliente empresarial, business to business 4.8. El servicio postventa 4.9. Customer Relationship Management (CRM)	Foro: Estimación de ventas (1 punto)
Semana 11	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 12	<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 13	<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	
Semana 14	<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	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (7 puntos)
Semana 15	<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	
Semana 16	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 17	<b>Examen final</b>	

**NOTA**

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