

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 (10 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1. La dirección de ventas 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	
Semana 3	Tema 1. La dirección de ventas (continuación) 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	Análisis: Investigación sobre planeación de ventas (2,15 puntos)
Semana 4	Tema 2. La planificación de ventas 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	
Semana 5	Tema 2. La planificación de ventas (continuación) 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	
Semana 6	Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas 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	Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas (continuación) 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	Análisis: Investigación sobre la dirección de ventas (2,15 puntos)

CONTENIDO TEÓRICO		ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 8	Semana de repaso	
Semana 9	Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa 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	Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa (continuación) 4.6. La fidelización del cliente 4.7. Cliente empresarial, business to business 4.8. El servicio postventa 4.9. Customer Relationship Management (CRM)	
Semana 11	Semana de repaso	
Semana 12	Tema 5. Distribución comercial 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	Tema 5. Distribución comercial (continuación) 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	Tema 6. Previsión comercial 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	Diseño de estrategia: Ampliación de las estrategias corporativas para las ventas (2,15 puntos) Foro: Estimación de ventas (1,4 punto)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 15	Tema 7. La propuesta comercial 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	Propuesta comercial: Modelo de negocio integral (2,15 puntos)
Semana 16	Semana de repaso	
Semana 17	Examen final	

NOTA

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