

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 (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. La dirección de ventas</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>		
Semana 2	<p>Tema 2. La planificación de ventas</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>		
Semana 3	<p>Tema 3. La gestión de la fuerza de ventas</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>		

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 4	<p>Tema 4. El valor del cliente y el servicio postventa</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>	Actividad: Definición de territorios (4 puntos)	Presentación de la Actividad: Definición de territorios
Semana 5	<p>Tema 5. Distribución comercial</p> <p>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 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</p>		
Semana 6	<p>Tema 6. Previsión comercial</p> <p>6.1. Presentación 6.2. El proceso de estimación de las ventas</p>	Actividad: Presentación de ventas (4 puntos)	Presentación de la actividad Presentación de ventas
Semana 7	<p>Tema 6. Previsión comercial (continuación)</p> <p>6.3. De la investigación de mercados a la previsión comercial</p>		
Semana 8	<p>Tema 6. Previsión comercial (continuación)</p> <p>6.4. Métodos de previsión de demanda</p>		Resolución de la Actividad: Definición de territorios

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 9	Tema 6. Previsión comercial (continuación) 6.5. La importancia de las bases de datos y el <i>Data Mining</i>		
Semana 10	Tema 7. La propuesta comercial 7.1. Presentación		
Semana 11	Tema 7. La propuesta comercial (continuación) 7.2. La propuesta comercial	Caso práctico (7 puntos)	Resolución de la actividad Presentación de ventas Presentación del caso práctico
Semana 12	Tema 7. La propuesta comercial (continuación) 7.3. Formulación de la propuesta comercial 7.4. Segmentación de clientes		
Semana 13	Semana de repaso		
Semana 14	Tema 7. La propuesta comercial (continuación) 7.5. Gestión de clientes estratégicos		Resolución del caso práctico
Semana 15	Tema 7. La propuesta comercial (continuación) 7.6. La propuesta comercial internacional		
Semana 16	Semana de repaso		
Semana 17	Semana de exámenes		

NOTA

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