Universidad Europea VALENCIA

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	DIRECCIÓN EN TÉCNICAS DE VENTAS
Titulación	MARKETING
Escuela/ Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Curso	TERCERO
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	S2
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	VERÓNICA TEJERO MARTOS
Docente	VERÓNICA TEJERO MARTOS

2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Dirección en Técnicas de Venta”, tiene como finalidad dar a conocer al alumno todos los conceptos con relación a la Dirección Comercial y las técnicas de venta, mediante un recorrido teórico y práctico que, en todo momento, está presentado en la realidad del mercado actual.

De esta forma se busca que el alumno sea capaz de diseñar un equipo de ventas acorde, en cada momento, con los planes de marketing y los objetivos concretos marcados a él; así como asimilar las claves de la gestión de un equipo de ventas: selección remuneración, motivación, control, etc. Así mismo, debe ser capaz de comprender y gestión el proceso de compras del comprador y adaptarse a él como camino para conseguir los resultados favorables para las dos partes, utilizando las estrategias y técnicas de negociación, de gestión de objeciones, argumentación y, en definitiva, de comunicación para un entorno personal y profesional.

Por lo que conocerá toda la problemática que conlleva este departamento, al encontrarse en el entorno turbulento donde se encuentra la empresa, así como la dificultad de conducir al cliente al punto donde ambos salgan beneficiados.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

• CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

• CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

• CT04: Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.

• CT07: Liderazgo: Ser capaz de orientar, motivar y guiar a otras personas, reconociendo sus capacidades y destrezas para gestionar eficazmente su desarrollo y los intereses comunes.

Competencias específicas:

• CE04 - Capacidad para identificar las necesidades del mercado con el fin de ofrecer soluciones que puedan satisfacer las expectativas de los consumidores.

• CE08. - Capacidad para interpretar los argumentos contenidos en los briefings y producir acciones de marketing orientadas a cubrir y satisfacer las necesidades del público objetivo.

• CE11. - Capacidad para comprender y aplicar el concepto de "orientación al cliente", en las acciones de marketing propuestas desde la comercialización y la atención de calidad al cliente.

Resultados de aprendizaje:

• **RA1**: Diseñar un equipo de ventas acorde en cada momento con los planes de marketing y los objetivos concretos marcados en él.

• **RA2**: Asimilar las claves de la gestión de un equipo de ventas: selección, remuneración, motivación, control, etc.

• **RA3**: Comprender y gestionar el proceso de compras del comprador y adaptarse a él como camino para conseguir resultados favorables en las dos partes.

• **RA4**: Gestionar, organizar, controlar y motivar equipos comerciales. Utilizar las adecuadas estrategias y técnicas de negociación, de gestión de objeciones, de argumentación y, en definitiva, de comunicación para un entorno personal y profesionales.

• **RA5**: Comprender el concepto de competencia desleal, así como sus implicaciones.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB3, CB4, CT04, CT07, CE04, CE08, CE11.	**RA1:** Diseñar un equipo de ventas acorde en cada momento con los planes de marketing y los objetivos concretos marcados en él.
CB3, CB4, CT04, CT07, CE04, CE08, CE11.	**RA2**: Asimilar las claves de la gestión de un equipo de ventas: selección, remuneración, motivación, control, etc.
CB3, CB4, CT04, CT07, CE04.	**RA3**: Comprender y gestionar el proceso de compras del comprador y adaptarse a él como camino para conseguir resultados favorables en las dos partes.
CB3, CB4, CT04, CT07, CE04, CE08, CE11.	**RA4**: Gestionar, organizar, controlar y motivar equipos comerciales. Utilizar las adecuadas estrategias y técnicas de negociación, de gestión de objeciones, de argumentación y, en definitiva, de comunicación para un entorno personal y profesionales.
CB3, CB4, CT04, CT07, CE04.	**RA5**: Comprender el concepto de competencia desleal, así como sus implicaciones.

4. CONTENIDOS

La materia se estructura en 6 unidades:

Los contenidos de la memoria se desarrollarán a través de las siguientes unidades didácticas:
UNIDAD 1 Diseño y gestión del equipo de ventas
UNIDAD 2 Entrevistas, técnicas de negociación y gestión de objeciones
UNIDAD 3 Motivación y remuneración del equipo comercial
UNIDAD 4 Estrategias de ventas y venta compleja
UNIDAD 5 Derechos de los consumidores
UNIDAD 6 Ética y competencia desleal

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso
- Aprendizaje basado en proyectos (ABP)
- Clases magistrales
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Clases Magistrales	35
Trabajo Autónomo	35
Exposiciones Orales	10
Análisis de casos y resolución de problemas	25
Actividades participativas grupales	25
Pruebas de conocimiento	3
Tutorías	7
TOTAL	**150**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	40%
Análisis de casos y resolución de problemas	30%
Observación desempeño	20%
Exposiciones orales	10%
Total	100%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades. Será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 5,0 en la parte práctica**, para que la misma pueda hacer media con la prueba de evaluación final. Las prácticas no entregadas, serán calificadas con nota de 0, no siendo posible

entregarlas fuera del plazo establecido. Debe cumplirse el requisito de **asistencia mínima del 50%** para poder participar en la convocatoria ordinaria.

En caso de no superar el examen (obtener una nota inferior a 5,0), el alumno será calificado con suspenso, con la nota obtenida en examen (sin promediar con el resto de notas) y deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una **calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades prácticas no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, **o bien aquellas que no fueron entregadas, antes de la fecha de realización del examen extraordinario**. Las actividades realizadas fuera del aula como visitas, eventos o charlas profesionales no son recuperables. Tampoco lo son las actividades que evalúan actitudes (asistencia, participación y ejercicios y actividades realizados en clase). Las actividades realizadas en grupo que necesiten ser recuperadas, se deberán realizar individualmente.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Caso empresarial 1	Semana 2
Actividad 2: Caso empresarial 2	Semana 4
Actividad 3: Visita Director comercial	Semana 6
Actividad 4: Caso práctico 3	Semana 8
Actividad 5: Role play sistemas de remuneración	Semana 11
Actividad 6: Caso empresarial 4	Semana 13
Actividad 7: Visita externa	Semana 15
Actividad 8: Caso empresarial 5- competencia desleal	Semana 17

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades y fechas de visitas. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Nicolás, S. R., & Küster, I. (2014). Gestión de la venta personal y de equipos comerciales. Paraninfo.
- Artall Castell, M. "Dirección de ventas. Organización del departamento comercial y gestión de vendedores". Madrid: ESIC, 15ª Edición, 2017.
- GARCÍA BOBADILLA, Luis María: "+Ventas", ESIC, 4ª Edición, 2011

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Andrés S. Suárez, Suárez." Introducción a la Economía de la Empresa" Ed. Pirámide.
- P. Druker (1992). El ejecutivo eficaz. Edhasa Editorial.
- De Miguel, E. Introducción a la Gestión (Management) Tomo II. Universidad Politécnica de Valencia.

Se proporcionarán lecturas y materiales complementarios durante el curso.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.

2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.

3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.

4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
Orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.