1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Dirección y Técnicas de Ventas
Titulación	Grado en Dirección y Creación de Empresas
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	4º
ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1º
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	Karl-Heinz Arvind Ermisch

2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene por objeto introducir al alumnado en los conceptos básicos de la dirección de ventas. La materia de Dirección de Ventas es una materia obligatoria dentro del grado de Marketing y Dirección Comercial, con un valor de seis créditos ECTS.

La asignatura tiene como objetivo brindar a los estudiantes una comprensión integral de la función de la dirección de ventas y capacitarlos para diseñar, gestionar y evaluar de manera efectiva la fuerza de ventas. A lo largo del curso, los estudiantes aprenderán a diseñar estructuras de fuerza de ventas acordes a la estrategia empresarial, a dirigir y motivar equipos de ventas, a evaluar el rendimiento mediante indicadores clave y a perfeccionar el proceso de venta personal, ahondando en la argumentación y tratamiento de objeciones.

A través de un enfoque teórico y práctico, aplicados en todo momento a la realidad del mercado, los estudiantes estarán equipados con las habilidades y el conocimiento necesarios para enfrentarse a los desafíos de la dirección de ventas con confianza y éxito.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- 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.

Competencias transversales:

- CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.

Competencias específicas:

- CE11 - Estudiar el entorno para favorecer la búsqueda de oportunidades de negocio en el ámbito nacional e internacional.
- CE12 - Comprender la importancia del diseño, el desarrollo y la implementación y de un Plan de Empresa: Viabilidad comercial, Viabilidad económico-financiera y Viabilidad técnica.

- CE4 - Valorar el entorno competitivo de la empresa, prestar especial atención al mercado e integrar este análisis al emprender nuevos retos en la creación de nuevas empresas o el fortalecimiento de las ya existentes.

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: Utilizar las adecuadas estrategias y técnicas de negociación, de gestión de objeciones, de argumentación y, en definitiva, de comunicación para un entorno personal y profesional.

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
CB5, CT7, CE12	RA1
CB1, CB4, CT4, CT5, CE11	RA2
	RA3
CB2, CB3, CT8, CE4	RA4

4. CONTENIDOS

La asignatura cubre los siguientes contenidos:

- Diseño y gestión del equipo de ventas.
- La entrevista de ventas.
- Técnicas de negociación y gestión de objeciones.
- Gestión de grandes cuentas.
- La venta compleja.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Método del Caso
- Aprendizaje Cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Clase magistral
- 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	55,0
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje)	12,5
Trabajo autónomo del alumno	37,5
Trabajo grupal del alumno	25,0
Otras actividades (visitas externas, conferencias, etc.)	12,5
Clases magistrales asíncronas	7,5
TOTAL	**150,0**

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
Presentaciones/Exposiciones orales (modalidad presencial)	10%
Ejercicios prácticos (modalidad presencial)	25%
Pruebas de conocimiento (modalidad presencial)	40%
Trabajos e informes (modalidad presencial)	25%

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

Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en dicha convocatoria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

Para los estudiantes que cursen enseñanzas presenciales, se establece la obligatoriedad de justificar, al menos, el 50% la asistencia a las clases, como parte necesaria del proceso de evaluación y para dar cumplimiento al derecho del estudiante a recibir asesoramiento, asistencia y seguimiento académico por parte del profesor. La asistencia del alumno a la sesión mediante Hyflex no será computada como asistencia a dicha sesión. La falta de acreditación por los medios propuestos por la universidad del 50% de asistencia, facultará al profesor a calificar la asignatura como suspensa en la 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. Los criterios para el cálculo de la media ponderada se especificarán en la guía de aprendizaje completa en el campus virtual. Para poder hallar la media, es imprescindible superar con al menos un 5 cada una de las categorías del sistema de evaluación.

En el caso de que no se cumplan los criterios anteriores, y la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades sea mayor que 4 se consignará la calificación de 4.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en dicha convocatoria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria 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 obtener una calificación mayor o igual que 4,0 en el apartado de pruebas de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades. Los criterios para el cálculo de la media ponderada se especificarán en la guía de aprendizaje completa en el campus virtual.

En el caso de que no se cumplan los criterios anteriores, y la media ponderada de las calificaciones de todas las actividades sea mayor que 4 se consignará la calificación de 4.

Para superar la asignatura convocatoria extraordinaria se deberá realizar o presentar todas las actividades no realizadas o no superadas en convocatoria ordinaria, a no ser que el profesor solicite un trabajo específico adicional sobre la materia.

8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Práctica 1	Semana del 29 de septiembre
Prueba de conocimiento 1	Semana del 20 de octubre
Práctica 2	Semana del 03 de noviembre
Prueba de conocimiento 2	Semana del 24 de noviembre
Prueba de conocimiento 3	Semana del 15 de diciembre
Trabajo grupal y su exposición	Semana del 12 de enero

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

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indican las referencias básicas de consulta recomendadas:

Campus Virtual de la Asignatura. Se facilitarán por parte del profesor todas las presentaciones utilizadas en clase con la síntesis del temario de la asignatura, así como las grabaciones de las sesiones de dichas presentaciones. No obstante, si fuera necesario, para cada tema el docente indicará las fuentes recomendadas para ampliar información y completar los apuntes.

Manual académico básico:

- Artal Castells, M. (2017). *Dirección de Ventas*. ESIC.

Otros manuales recomendados:

- Díez de Castro, E. C., Navarro, A., y Peral, B. (2003). *Dirección de la Fuerza de Ventas.* ESIC.
- Jobber, D., Lancaster, G., y Le Meunier-Fitzhugh, K. (2019). *Selling and sales management.* Pearson Education Limited.
- Johnston, M. W., y Marshall, G. W. (2016). *Sales Force Management.* McGraw-Hill.
- Küster, I., y Román, S. (2006). *Venta Personal y Dirección de Ventas.* Paraninfo.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (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@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.