

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Competencias y habilidades del director de ventas
Titulación	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
Facultad	Facultad Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS (150H)
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma	Español
Modalidad	Virtual / Presencial
Unidad temporal	Semestre 1
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	José Luis Rodríguez Sánchez
Docente / Teacher	José Luis Rodríguez Sánchez / Ricardo Gómez

2. PRESENTACIÓN

El módulo de Competencias y habilidades del director de ventas se desarrolla en primer lugar con el objetivo de dar una visión global del perfil profesional. Profundizando en la importancia de este puesto dentro de la organización. Asimilando las nuevas tendencias, metodologías y herramientas. Investigando de una manera aplicada cuáles son las competencias y habilidades más importantes que deben desarrollar.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS

- CON1 Reconocer las técnicas de gestión y planificación de equipos de venta.
 - Contrastar los distintos perfiles del puesto de director de ventas según sector, competencias y habilidades.
 - Conectar el departamento comercial y ventas con el resto de los departamentos de la organización.
- CON4 Reconocer los elementos de negociación profesional en cada fase del proceso de venta, mediante técnicas avanzadas de simulación y neuro-negociación.
 - Verificar las diferentes teorías de liderazgo y coaching.

HABILIDADES

- HAB2 Aplicar las técnicas de investigación de mercado para predecir el comportamiento de compra del consumidor
 - Analizar las nuevas tendencias en la dirección comercial y ventas.
 - Desarrollar habilidades directivas de comunicación y negociación, a partir de las técnicas PNL.
- HAB5 Elaborar un modelo de información, control y evaluación del resultado final de un plan de ventas, y sus consecuencias en los procesos de la organización.

- Valorar los sistemas de información para la toma de decisiones comerciales, fundamentalmente para la planificación y control de objetivos, plazos de entrega, etc.

COMPETENCIAS

- CP2 Elaborar y evaluar un argumento de ventas alineado con los objetivos de la empresa y las necesidades del consumidor.
- CP5 Analizar y evaluar el nivel competencial de un equipo comercial y de los colaboradores, estableciendo puntos fuertes y áreas de mejora.
- CP6 Valorar y elegir entre distintos perfiles profesionales para crear equipos de trabajo dentro del área comercial y ventas.

4. CONTENIDOS

- Nuevas tendencias en la dirección comercial y ventas.
- El departamento de la dirección comercial y ventas dentro de la organización.
- Perfil del puesto de director de ventas según sector, competencias y habilidades.
- Sistemas de información para la toma de decisiones comerciales: planificación y control de objetivos y plazos de entrega.
- Teorías de liderazgo y coaching.
- Habilidades directivas de comunicación y negociación.

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- 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:

Modalidad virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales	22
Resolución de problemas	25
Elaboración de informes y escritos	13
Exposiciones orales de trabajos síncronas	4
Estudios de contenidos y documentación complementaria (Trabajo Autónomo)	50
Tutoría académica virtual síncrona	18
Foro virtual	8
Pruebas de evaluación virtuales	2

TOTAL	150
--------------	------------

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Seminarios de aplicación práctica	22
Resolución de problemas	25
Elaboración de informes y escritos	13
Exposiciones orales de trabajos	4
Trabajo autónomo	50
Tutoría	18
Debates y coloquios	8
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

Las pruebas de conocimiento son presenciales en modalidad presencial y virtuales en modalidad virtual y supondrán el 60% de la calificación final de la materia.

Sistema de evaluación: se aplicará el sistema de evaluación continua por materia a lo largo de las diferentes unidades de aprendizaje, ponderando y valorando de forma integral los resultados de aprendizaje obtenidos por el alumno por medio de los procedimientos de evaluación indicados.

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación virtuales	60%
Exposiciones orales	10%
Caso/problema	15%
Informes y escritos	15%

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas evaluación presenciales	60%
Exposiciones orales	10%
Caso/problema	15%
Informes y escritos	15%

La evaluación concluye con un reconocimiento sobre el nivel de aprendizaje conseguido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

El nivel de aprendizaje conseguido por los estudiantes en cada una de las materias del programa formativo se expresará con calificaciones numéricas en función de la siguiente escala de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 0,0 a 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 a 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 a 8,9 Notable (NT)
- 9,0 a 10 Sobresaliente (SB)

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 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

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 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

8. CRONOGRAMA

MODALIDAD VIRTUAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Caso práctico director comercial 10%	Semana 12
Actividad 2: DAFO: revisa tus competencias personales y sociales 10%	Semana 14
Actividad 3: Artículo de investigación liderazgo/coaching 10%	Semana 16
Actividad 4: Técnicas de Comunicación 10%	Semana 17
Actividad 5: prueba de conocimiento 60%	Semana 28

MODALIDAD PRESENCIAL	
Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Métricas	Semana 12

Actividad 2: CRM y SFA	Semana 14
Actividad 3: Plan de Coaching	Semana 16
Actividad 4: Caso Aceros y Troquelados	Semana 17
Actividad 5: prueba de conocimiento	Semana 28

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

9. BIBLIOGRAFÍA

Unidad 1

- -. Anderson, RE., HAIR, J.E y Bush, AJ. (1995), Administración de Ventas, 2ª Edición. McGraw Hill.
- -. Anderson, RE. (1996), "Personal Selling and Sales Management in the New Millenium", Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. 16 (Fall), pp. 17-32.
- -. Azlor, A. (1998), "Del Marketing al 'Clienting'", El País, Negocios, 13 Julio, p.42.
- -. Churchill.L, G.A. JR, Ford, IN y Walker O.e. IR. (1994), Dirección de Ventas. Promociones Jumerca. Valencia
- -. Ingram, T.N., SCHWEPKER, C.H. y Hurson, D. (1992), "Why Salespeople Fail", Industrial Marketing Management, Vol. 21, pp. 225-230.
- -. Keenan, W., JR. (1994), "Death of the Sales Manager", Sales and Marketing Management, Vol. 146 (October), pp. 66-74.
- -. Nicolás, S. R. (2001). Nuevas tendencias en la dirección de ventas y en la venta personal. Cuadernos de administración, 17(26), 153-176.-. Koontz, H., y Wehrich, H. (1996): Administración, una perspectiva global, 10ª edición, McGraw-Hill, México.
- -. Wotruba, T. (1996), "The Transformation of Industrial Selling: Causes and Consequences", Industrial Marketing Management, Vol. 25 (5), pp. 327-338.

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@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.