

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Planificación y gestión del equipo 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	Juan Arjona
Docente / Teacher	Elena Perepelova / Juan Arjona

2. PRESENTACIÓN

En el módulo de Planificación y gestión del equipo de ventas se analizará la relación entre la fuerza de ventas y el resto de los departamentos de una empresa, la importancia de coordinación vertical y horizontal, desde las acciones más tácticas y comerciales, hasta las más estratégicas y corporativas. El alumno deberá aprender a manejar las técnicas más avanzadas de captación, gestión, supervisión, remuneración y motivación de equipos comerciales intergeneracionales, a partir de las herramientas necesarias para desarrollar toda la política comercial, de ventas y de distribución.

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.
- CON5 Describir los elementos y la estructura de un plan de ventas

HABILIDADES

- HAB1 Aplicar las habilidades interpersonales para persuadir sobre las ventajas de un producto o servicio.
- HAB3 Elaborar acciones comerciales coherentes con la estrategia de la compañía y las necesidades de los clientes
 - Medir los resultados de los equipos comerciales en función de los planes de acción comercial

y los objetivos de la empresa.

- Evaluar las distintas opciones de teletrabajo dentro del área comercial.
- Predecir el impacto en los equipos comerciales con la transformación digital.
- Utilizar técnicas de presentación y defensa de propuestas creativas

COMPETENCIAS

- CP3 Desarrollar y analizar un modelo de dirección comercial y de ventas, coherente con el plan estratégico de la compañía.
- CP4 Medir los objetivos comerciales y de ventas, plazos de entrega al cliente, prioridades de negocio y calidad del trabajo.
- 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

- Selección e integración de la fuerza de ventas.
- La formación de la fuerza de ventas.
- Sistemas de compensación y desarrollo.
- Supervisión y control de equipos comerciales, plan de acción comercial y objetivos.
- Impacto en los equipos de la transformación digital.
- Teletrabajo, talento intergeneracional.

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- 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	10

Clases virtuales	20
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	15
Investigaciones y proyectos	17
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	10
Seminarios de aplicación práctica	20
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	15
Investigaciones y proyectos	17
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%
Caso/problema	20%
Investigaciones y proyectos	20%

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas evaluación presenciales	60%
Caso/problema	20%
Investigaciones y proyectos	20%

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. Macroentorno y estrategia comercial.	Semana 12
Actividad 2. Mujeres, competencias e intraemprendimiento	Semana 14
Actividad 3. Cambio generacional y organización del departamento comercial	Semana 16
Actividad 4. Planes de carrera, salario emocional y otros cambios	Semana 18
Actividad 5: prueba de conocimiento 60%	Semana 28

MODALIDAD PRESENCIAL

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Macroentorno y estrategia comercial.	Semana 14
Actividad 2. Plan estratégico de una empresa real	Semana 16
Actividad 3: 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 2

- Alles M. (2016). Selección por competencias. Editorial Granica.
- Anzorena, O. (2019). El líder coach: un modelo para el liderazgo y el coaching organizacional. Buenos Aires: Granica.
- Bains, G. (2015). El ADN cultural. Wiley editorial.
- Ballesteros, L.I. (2020). Coaching empresarial. Guía práctica desde una mirada científica. Madrid: Editorial Síntesis.
- Belbin, M. (1997). Roles de equipo en el trabajo. Belbin Associates. Bilbao: Imprenta Universal
- Benjamín, E. & Fincowsky, F. (2009). Organización de empresas. México: Mac Graw Hill Educación. 3ª edición. Bereruelo, B. (coord. (2016). Comunicación empresarial. Madrid: Estudio de comunicación.
- Bradberry, T.; Greaves, J. (2009). Inteligencia emocional 2.0: estrategias para conocer y aumentar su coeficiente. Barcelona: Conecta. Braidot, N. (2006). Venta inteligente. Neuroventas. Madrid: Editorial Puerto Norte-Sur.
- Brunet, L. (2009). El clima de trabajo de las organizaciones. México: Trillas.

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.