

## 1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Planificación y gestión del equipo de ventas
Titulación	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	100% ONLINE
Semestre	1º
Curso académico	2023-2024
Docente coordinador	David Grávalos Macho
Docente	Divya Daswani Daswani

## 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. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas y generales:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB3. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CG2. Analizar y evaluar teorías, resultados y desarrollos en el ámbito de los negocios, en concreto del área comercial y ventas, formulando juicios precisos y pertinentes, con una reflexión sobre la responsabilidad social o ética derivada.
- CG4. Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridos en la definición y desarrollo de procedimientos de trabajo, en el ámbito comercial y ventas, de forma autónoma y con responsabilidad de coordinación y supervisión del trabajo técnico.

**Competencias transversales:**

- CT4. Liderazgo influyente. Capacidad para influir en otros, para poder dirigir o guiarles hacia unos objetivos concretos en momentos de cambios constantes derivados por entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual. Los líderes influyentes son referentes y son capaces de lograr un alto desempeño y los mejores resultados. Sus comportamientos generosos, éticos, empáticos y de un alto índice de inteligencia emocional les permiten ejercer como modelos a seguir, logrando un alto desempeño y motivación en sus equipos.
- CT5. Trabajo en equipo. Capacidad que desarrolla la inteligencia social para cooperar con otros en la consecución de un objetivo compartido, participando de manera activa, empática y ejerciendo la escucha activa, además de una comunicación efectiva y el respeto a todos los integrantes, con madurez y eficacia. En la era digital, esa eficacia se traduce en la destreza de trabajar con otros en entornos multiplataforma, multiculturales, multilingües y multidisciplinares de manera fluida y consiguiendo los objetivos marcados.
- CT8. Competencia ético-social. Capacidad de desenvolverse en una profesión de manera adecuada y convivir en una sociedad plural y un mundo diverso. Esta capacidad pretende desarrollar ciudadanos globales y responsables, conscientes de la desigualdad y sensibles a la diversidad en un mundo global. Con conciencia ética y compromiso social. Internacionales, multilingües, flexibles y adaptables en entornos multiculturales.

**Competencias específicas:**

- CE2. Capacidad para implementar y supervisar un plan de acción comercial, que asegure el logro de los objetivos de la empresa.
- CE6. Capacidad para utilizar herramientas que desarrollen las competencias comerciales del equipo comercial y de los colaboradores, proporcionando un feedback mutuo.
- CE7 Capacidad para dirigir y motivar equipos de personas dentro del área comercial y ventas.

**Resultados de aprendizaje:**

- RA1. Organizar la selección e integración de la fuerza de ventas.
- RA2. Valorar la formación necesaria de la fuerza de ventas.
- RA6. Evaluar las distintas opciones de teletrabajo dentro del área comercial.
- RA3. Revisar los distintos sistemas de compensación y desarrollo.
- RA4. Medir los resultados de los equipos comerciales en función de los planes de acción comercial y los objetivos de la empresa.
- RA5. Predecir el impacto en los equipos comerciales con la transformación digital.

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
Competencias básicas y generales: CB2, CB3, CG2, CG4	RA1. Organizar la selección e integración de la fuerza de ventas.

Competencias transversales: CT4, CT5, CT8	RA2. Valorar la formación necesaria de la fuerza de ventas. RA6. Evaluar las distintas opciones de teletrabajo dentro del área comercial.
Competencias específicas: CE2, CE6, CE7	RA3. Revisar los distintos sistemas de compensación y desarrollo. RA4. Medir los resultados de los equipos comerciales en función de los planes de acción comercial y los objetivos de la empresa. RA5. Predecir el impacto en los equipos comerciales con la transformación digital.

#### 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 DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- 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 online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	10
Clases virtuales	20
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	15
Investigación y proyectos	17
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18

Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

### Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Caso/problema	15%
Informes y escritos	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

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 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 actividades.

Se deben entregar las actividades 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.

## 8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Macroentorno y estrategia comercial.	Semana 2
Actividad 2. Mujeres, competencias e intraemprendimiento	Semana 4
Actividad 3. Cambio generacional y organización del departamento comercial	Semana 6
Actividad 4. Planes de carrera, salario emocional y otros cambios	Semana 8
Actividad 5: prueba de conocimiento	Semana 8

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 indica bibliografía recomendada:

- 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.
- Castro, A.; Lupano; M.L.; Benatuil, D.; Nader, M. (2007). Teoría y evaluación del liderazgo. Buenos Aires: Paidós.
- Carneiro, J.; Do Céu, M.; Llanes, J. (2015). Cómo orientar la gestión de la carrera profesional. Barcelona: UOC.
- Chiang, M.; Martín, M.J.; Núñez, A. (2010). Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Madrid: Biblioteca Comillas.
- Covey. S. (2010). Los siete hábitos de la gente altamente efectiva. Madrid: Paidós. (1ª edición 1989).
- De Bono, E. (2010). Más allá de la competencia: la creación de nuevos valores y objetivos de la empresa. Madrid: Paidós.

- De Prada, M., Bovet, M., Marcé, P. (2008). Entorno empresarial. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía.
- Dilts, R. (1999). El liderazgo creativo. Madrid: Urano. Fernández, M. (2015). Comunicación efectiva y trabajo en equipo. Madrid: Paraninfo
- García, L.M. (2009). + ventas. Madrid: ESIC. Tercera edición. Gates. B. (1999). Los negocios en la era digital. Barcelona: Plaza & Janés
- Gerber, M. (2011). La empresa E-Myth. Barcelona: Paidós.
- González, J.J. & Rodríguez, M.T. (2019). Manual práctico de planeación estratégica. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Goleman, D. (1996). Inteligencia emocional. Barcelona: Kairós. Guerras, L.A.; Navas, J.E. (2015). Dirección estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones. 5ª ed. Madrid: Civitas.
- Hammond, J.; Raiffa, H.; Keeney, R. (2001). Decisiones inteligentes. Guía práctica para tomar mejores decisiones. Barcelona: Gestión 2000. Jiménez, A. (2012). Gestión del talento y competitividad. Córdoba: Almuzara.
- Kotter, J. (1999). La verdadera labor de un líder. Harvard Business Review. Ediciones Deusto, S.A. España Lencioni, P. (2004). Equipos ideales. Madrid: Empresa activa. Levitin, S. (2019). La venta emocional. Florida: Taller del éxito.
- Llorca, I. (2014). Objetivo: vender más. Barcelona: Gestión 2000. Luna, R. (2017). Gestión del talento. Madrid: Pirámide. Lynn, A. (2001). 50 actividades para desarrollar la inteligencia emocional. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- Martínez, A.; Zumel, M.C. (2016) Organización de equipos de ventas. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Mitrani, A. (Coord.). (1992). Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Nebot, M.J. (1999). La selección de personal: guía práctica para directivos y mandos de las empresas. Madrid: Fundación Confemetal
- Pereda, S. Y Berrocal, F. (2001). Gestión de recursos humanos por competencias. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces. Porret, M. (2010). Gestión de personas: manual para la gestión del capital humano en las organizaciones. Madrid: ESIC
- Py, P. (2007). Métodos y trucos para diseñar y dirigir un plan comercial. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Redorta, J. (2020). Manual de gestión y resolución de conflictos. Córdoba: Almuzara.
- Romero, O., Hidalgo, A. & Correa, H. (2018). Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio. Machala: Ediciones UTMACH.
- Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona: Plaza y Janés.
- Solomon, M. (2007). Cómo trabajar con gente difícil. Barcelona: Ediciones Gestión 2000
- Soret, I.; Giménez, E. (2013). Previsión de ventas y fijación de objetivos. Madrid: ESIC Editorial Tessi, M. (2012). Comunicación interna en la práctica Siete premisas para la comunicación en el trabajo. Barcelona: Granica.
- Todd, H. (2012). Creatividad práctica. Barcelona: Conecta.
- Valderrama, B. (2010). Motivación inteligente, el impulso para lograr tus metas. Madrid: Pearson.
- Varela, R. A. (2006). Administración de la compensación. Sueldos, salarios y prestaciones. Madrid: Pearson.
- Vega, J.M. (2016). Intraemprendedores. Reinventa tu negocio con espíritu startup. Barcelona: Libros de cabecera. Venable, J. V. (2019). Equipos de alto rendimiento. Florida: Taller del éxito.

- VV.AA. (2002). Sistemas de retribución de las ventas. Madrid: FC Editorial. Fundación Confemetal
- VV.AA. (2007). Selección de personal. Málaga: Fundación Vértice Emprende.
- Whitmore, J. (1992). Coaching: el método para mejorar el rendimiento de las personas. Barcelona: Paidós.

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: [unidad.diversidad@universidadeuropea.es](mailto:unidad.diversidad@universidadeuropea.es) al comienzo de cada semestre.

## 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.