



Curso	DN0322 GERENCIA DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN
--------------	---

Grupo	Horario	Aula	Profesor	Email
001	J: 07 a 09:50	118 CE	Edgar Chaves Solano (Coord.)	
002	J: 07 a 09:50	142 CE	Humberto Martínez Salas	
003	J: 10 a 12:50	440 CE	Victor Hugo Vega Cordero	
004	J: 10 a 12:50	118 CE	Alfredo Abdelnour Esquivel	
005	J: 16 a 18:50	117 CE	Sonia Cisneros Zumbado	
007	J: 19 a 21:50	218 CE	Antonio Jimenez Fonseca	

PROFESOR	SEDE	CORREO
MBA. Jose Rivera Monge	Recinto Paraíso	jose.rivera@ucr.ac.cr
MBA. Miguel Moncada Araya	Sede Guanacaste	mobaguanacaste@ice.go.cr
Lic. Héctor Trejos Benavides	Sede Pacífico	hectortrejos@hotmail.com
Lic. Jorge Bustos Vargas	Sede Occidente	jbustos@jap.ucr.ac.cr
MBA. Alexis Bustos Alvarado	Recinto de Guápiles	alex_bustos@hotmail.com
MBA. Walter Anderson Rivera	Sede Limón	anderson.investigacion@gmail.com

Ciclo Lectivo: II - 2012
Duración: 16 semanas
Horas Lectivas: 48 horas y 24 de práctica e investigación
Créditos: 3

1. OBJETIVOS DE CURSO

- Dar a conocer al participante el rol del Gerente de Ventas y Distribución en la actualidad.
- Mostrar la relación de la Gerencia de Ventas y Distribución con las otras áreas de Mercadeo.
- Conocer las diferentes áreas de gestión del Gerente de Ventas y Distribución
- Desarrollar los diferentes conceptos y técnicas en una forma activa y práctica.

2. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Es un curso eminentemente práctico y participativo, en el cual se dan a conocer al estudiante las funciones del moderno Gerente de Ventas y Distribución. Utiliza una amplia gama de ayudas didácticas, incluyendo exposición de lecturas, solución de casos, dinámicas de grupo, análisis de experiencias nacionales, proyectos y otras.



3. CONTENIDO

PARTE 1: Formulación de un Programa de Ventas

- Procesos de ventas
- CRM
- Organización de la fuerza de ventas
- Función estratégica de la fuerza de ventas

PARTE 2: Implementación del programa de ventas

- Desempeño del vendedor
- Motivación
- Selección de vendedores
- Reclutamiento y selección
- Capacitación
- Compensación e Incentivos

PARTE 3: Evaluación y control

- Análisis de costos
- Evaluación del desempeño

4. EVALUACIÓN

Evaluación	Porcentaje
Participación en clase	30%
Quizes	25%
Trabajos de Campo y Casos	25%
Trabajo Final	20%

NOTAS:

- Los quices son para comprobación de la lectura del texto y del estudio de lo visto en clase, todo lo cual es materia de examen. **Se reponen los quices a quienes hayan tenido ausencia justificada, de acuerdo a lo estipulado en el Reglamento de Vida Estudiantil**
- Los trabajos de campo se realizarán cada semana en grupo, en empresas de diferentes líneas de actividad. El tema del trabajo será sobre el tema que se desarrollará en la clase en que se presenta el trabajo.
- Los casos se asignarán cada semana
- En los trabajos de campo y en los casos se pondrá una nota global para todos los integrantes del grupo. Esta nota se le pondrá solamente a los asistentes a clase. A los alumnos ausentes se les pondrá el 50% de la nota.
- Se de por sentado que el alumno maneja todos los conceptos de mercadeo vistos en el Curso de Principios de Mercadeo.
- El trabajo final se realizará en una empresa real. Se aplicarán todos los conocimientos desarrollados en el curso, se entregará y presentará en la última lección o en la semana de exámenes, a criterio del profesor. El profesor entregará la guía para el trabajo final por lo menos, un mes antes de finalizar el curso.



5. PROGRAMACIÓN

Fecha	Sesión	Temas	Casos
			Página
09-08-12	01	La variable fuerza de ventas en el sistema de mercadeo	
16-08-12	02	Procesos de compra y ventas	1.1 pág. 178
23-08-12	03	Administración de las relaciones con los clientes	99
30-08-12	04	Organización de la fuerza de ventas	128
06-09-12	05	La información en la administración de ventas	175
13-09-12	06	Comportamiento, roles y satisfacción del vendedor	218
20-09-12	07	Motivación de la fuerza de ventas	247
27-09-12	08	Criterios para seleccionar vendedores	271
04-10-12	09	Reclutamiento y selección	300
11-10-12	10	Capacitación de la fuerza de ventas	Empresa C.R.
18-10-12	11	Compensación e incentivos	Empresa C.R.
25-10-12	12	Análisis de costos	Empresa C.R.
01-11-12	13	Evaluación del desempeño	Empresa C.R.
08-11-12	14	Estrategias de Distribución y logística	Empresa C.R.
15-11-12	15	Presentación del Trabajo final	
22-11-12	16	Presentación del Trabajo final	

4 - BIBLIOGRAFÍA

- ♦ Johnston, Mark W. y Marshall, Greg W.: **“Administración de Ventas”**, 9a. edición. Editorial Mc Graw Hill, México, 2009

Libros de Consulta:

- a) Hair, Anderson, Mehta y Babin. Administración de Ventas. Relaciones y Sociedades con el Cliente. 1era Edición. Cengage Learning, México. 2010.
- b) Jobber, Dvid; Lancaster, Geoff: **“Administración de Ventas”**, 8a. edición, 2012. Editorial Pearson.
- c) Kotler, Philip, Armstrong Gary. **“Fundamentos de mercadotecnia”**. Editorial Pearson Prentice Hall. 14 edición, México, 2012
- d) Schiffman, León G. y Lazar Kanuk, Leslie: **“Comportamiento del Consumidor”**, 10ª. edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. de C.V., México, 2012.
- e) Michaelson- Michaelson. Sun Tzu – Estrategias para Ventas. Como usar el arte de la guerra para construir relaciones duraderas con los clientes. Editorial McGraw-Hill. México. 2004