



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO  
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

## GRADO EN COMERCIO

<b>Asignatura</b>	<b>Gestión de la Fuerza de Ventas</b>	<b>Código</b>	<b>801947</b>
<b>Módulo</b>	<b>Actividad Comercial</b>	<b>Materia</b>	<b>Comercio y Distribución</b>
<b>Carácter</b>	<b>Obligatoria</b>		
<b>Créditos</b>	<b>6</b>	<b>Presenciales</b>	<b>4</b>
		<b>No presenciales</b>	<b>2</b>
<b>Curso</b>	<b>Cuarto</b>	<b>Semestre</b>	<b>Primero</b>

<b>Departamento Responsable</b>	<b>Organización de Empresas</b>
<b>Coordinador /a</b>	Correo electrónico
Ver listado de Coordinadores/as	

## SINOPSIS

<b>BREVE DESCRIPTOR</b>
El conocimiento del procedimiento y las técnicas para organizar un equipo de fuerza de ventas, desde la organización de sus responsabilidades en función de la localización e importancia de los clientes, hasta la gestión de la función de recursos humanos, que abarca los procesos de captación, formación, desarrollo, motivación, evaluación, etc.
<b>CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS (opcional)</b>

## OBJETIVOS FORMATIVOS

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Ser capaces de entender la importancia del embalaje y el empaquetado de los productos y/o servicios.

- Aprender los factores que intervienen en la distribución de productos por todo el canal.
- Saber poner en marcha las estrategias y políticas de distribución comercial convenientes.
- Ser capaces de tomar las decisiones y resolver los problemas inherentes a la dirección de ventas de una compañía.
- Desarrollar las habilidades necesarias para la negociación comercial.
- Ser capaces de desenvolverse en una situación de comercio internacional aplicando las soluciones adaptadas a los mercados extranjeros.
- Aprender a utilizar el medio Internet como forma de distribución y comunicación de las ofertas de la compañía.
- Comprender las técnicas de comunicación, presentación y ubicación de los productos en el canal de distribución..

### COMPETENCIAS *(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)*

#### Generales

**CG2** - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial

**CG3** - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

**CG4** - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

**CG5** - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales

**CG6** - Saber comportarse con una actitud responsable ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general

**CG7** - Aprender a aprender, como ejemplo saber cómo, cuándo, donde..., nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal)

#### Específicas:

**CE5** - Saber gestionar y dirigir la fuerza de ventas que opera en una organización y aplicar los principios básicos de esta materia en la gestión de equipos comerciales eficientes y responsables, es decir, que respeten los principios básicos de igualdad de género y oportunidades, con el fin de aplicar técnicas de negociación y persuasión y, de esta forma, poder cerrar acuerdos comerciales satisfactorios

## CONTENIDOS TEMÁTICOS

### (Programa de la asignatura)

**Tema 1:** Introducción. Gestión de Recursos Humanos. Especificidades de la fuerza de ventas.

**Tema 2:** Planificación de la plantilla. Determinación del tamaño y estructura de la fuerza de ventas. Reducción de la fuerza de ventas.

**Tema 3:** Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas.  
**Tema 4:** Formación de la fuerza de ventas.  
**Tema 5:** Desarrollo de carreras profesionales  
**Tema 6:** Remuneración de la fuerza de ventas.  
**Tema 7:** Motivación de la fuerza de ventas.  
**Tema 8:** Control de la fuerza de ventas.  
**Tema 9:** Asignación de la fuerza de ventas

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	51%	100
Trabajo guiado	10%	50
Trabajo autónomo del/la alumno/a	21%	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	10%	50
Otras actividades	7%	60
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
Pruebas orales y/o escritas	50%	
Presentaciones	20%	
Trabajos e informes	20%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%	

## RECURSOS

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

**Bibliografía básica:**

- **SASTRE CASTILLO, M.A. y AGUILAR PASTOR, E.M.** (2003): *"Dirección de recursos humanos. Un enfoque estratégico"*. McGraw-Hill Interamericana, Madrid.
- **DÍEZ DE CASTRO, E.C.; NAVARRO GARCÍA, A. y PERAL PERAL, B.** (2003): *"Dirección de la fuerza de ventas"*. ESIC Editorial, Madrid.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

<b>Idioma en que se imparte</b>
Castellano
<b>Otra información</b> <i>(opcional)</i>