

VENTA RELACIONAL

DATOS BÁSICOS DE LAS COMPETENCIAS		
TITULACIÓN: Grado en Administración y Dirección de Empresas		
MATERIA: Strategic Management II		
TIPO	Formación básica:	Obligatoria : X Optativa:
CRÉDITOS: 4 ECTS		
CURSO : 3º		CUATRIMESTRE: 2º
MÓDULO: Las Organizaciones del siglo XXI		
IDIOMA: CASTELLANO		
DATOS ESPECÍFICOS DE LAS COMPETENCIAS		
C305. Ser capaz de organizar y planificar la fuerza de ventas de manera eficiente, integrando el enfoque relacional.		
2. CONOCIMIENTOS PREVIOS		
Conocimientos sobre: Marketing mix y Plan de marketing.		
3. COMPETENCIAS TRANSVERSALES		
<i>(solamente dejar las que sí se evalúan)</i>		
RA5. Trabajo en equipo		
4. METODOLOGÍA (marcar con una x las que se utilicen)		
Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en problemas x	Metodología del caso
Trabajo en equipo x	Visitas a organizaciones	Simulación
Talleres	Ponencias externas	Comunidades de aprendizaje (Wikis, blogs, redes sociales,.....)

5. TEMARIO

Competencia 305 (C305)	<ol style="list-style-type: none"> 1. LA FUNCIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA <ol style="list-style-type: none"> 1.1. La función de ventas. 1.2. Estrategia de ventas 1.3. Dirección de equipos 1.4. Sistemas de información en la venta 2. LA VENTA RELACIONAL <ol style="list-style-type: none"> 2.1. La venta relacional 2.2. La venta adaptable
-------------------------------	--

6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Competencia 305 (C305)	<p>Alcaide, J.C. Alta Fidelidad, Ed. Esic 2002.</p> <p>Alet, J. Marketing Relacional. Cómo obtener clientes leales rentables, Ed. Gestión 2000, 1994</p> <p>Artal Castell, Manuel: Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. Ed. ESIC. 2015</p> <p>Artal Castells, Manuel: El vendedor profesional. Editorial: Pirámide.</p> <p>Barroso, C. Martine, Marketing Relacional, Ed. Esic, 1999</p> <p>Chesa De Negri, C. Fidelizando para fidelizar. Cómo dirigir, organizar y retener nuestro</p> <p>Christopher, M. Payne, A. Ballantyne. D. Marketing Relacional. Ed. Díaz de Santos, 1994.</p> <p>Churchill, Ford, Walker: Dirección de ventas. Editorial: Díaz de Santos.</p> <p>Elias, J. Clientes contentos de verdad. Ed. Gestión 2000, 2000</p> <p>Equipo Comercial. Ed Eunsa, 2002</p> <p>Hayes, B.E. Cómo medir la satisfacción del cliente. Ed. Gestión 2000, 1995</p> <p>Huete. L.M. Servicios y Beneficios. Ed. Deusto, 1997</p> <p>Kotler Philip, y otros: Dirección de Marketing. Edición del Milenio. Prentice Hall, 10ª edición, 2000</p> <p>Küster Boluda, Inés: La venta relacional. Ed. ESIC 2002</p> <p>Lareki Garmendi, Felix. La Dirección de ventas en la PYME. Ed. ESIC, 2009.</p> <p>Leppard, J. Molyneux, L. Cómo mejorar su servicio al cliente, Ed. Gestión 2000, 2003.</p> <p>Lewis, Dale M.: Ventas al detalle. Editorial: Prentice Hall.</p> <p>Machuret, Jean Jacques: Teoría y práctica de la calidad de la gestión en los sistemas de venta. Barcelona, Biblio-Empresa, 1998.</p> <p>Richard C., Whiteley. La empresa consagrada al cliente. Como ser mejor que la competencia. Bussines Class, 1992</p> <p>Timm. P. R. 50 Grandes ideas para Fidelizar a sus Clientes. Ed. Gestión 2000, 2002</p>
-------------------------------	---

7. EVALUACIÓN

Las actividades a realizar para la evaluación de la asignatura VENTA RELACIONAL serán las siguientes:

A1	Trabajo en equipo en empresa
A2	Trabajo individual
A3	Prueba
A4	ECTS Empresa

La evaluación se hará de la siguiente manera:

Condiciones de evaluación:

Para superar cada competencia la media ponderada de los resultados de aprendizaje de cada competencia tiene que ser al menos de un **5.0** y **todos los resultados de aprendizaje deben de tener un mínimo de un 4/10.**

VENTA RELACIONAL					
Competencias	C305: Comprender la estructuración de la fuerza de ventas de una organización, y la definición de objetivos de la venta relacional.				
Resultados de aprendizaje.	RA51. Indicar el papel de la función comercial en la empresa	RA52. Determinar las previsiones de ventas	RA53. Diseñar los elementos que contribuyen a estructurar una fuerza de ventas eficiente	RA54. Diferenciar la esencia del enfoque relacional y los objetivos de la venta relacional.	
A1: TRABAJO GRUPAL	5		5		10
A2: TRABAJO INDIVIDUAL			5	5	10
A3: PRUEBA		20	30	10	60
A4: ECTS Empresa	5	5	5	5	20
Total	10	25	45	20	100

 Actividades que sirven para evaluar las competencias transversales
 (solamente dejar las que sí se evalúan)

RA5. Trabajo en equipo