

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMON
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA ANALÍTICO

Carrera: Administración de Empresas

Programa de: Mercadotecnia VII

Código SIS: 1301047

Nivel: Octavo Semestre

N° Hrs. de clases Teóricas: 4 Hrs.

N° Hrs. de clases Prácticas: 2 Hrs.

Prerrequisitos:

AREAS DE COORDINACION CURRICULAR

VERTICAL

HORIZONTAL

1) Mercadotecnia I

1) Mercadotecnia I.

- 1) Política Empresarial.
- 2) Taller I.
- 3) Preparación y Evaluación de Proyectos.
- 4) Mercadotecnia VI.
- 5) Finanzas IV.
- 6) Finanzas V.
- 7) Personal IV.
- 8) Personal V.

Objetivos:

- Especificar las funciones y responsabilidades del administrador de ventas.
- Desarrollar el proceso de la venta.
- Establecer la importancia de la planeación en la administración de ventas

Contenidos Mínimos:

- 1. La Administración de Ventas**
 - 1.1. Introducción y Generalidades
- 2. Planeación y Organización en la Administración de Ventas**
 - 2.1. La Planeación de Ventas
 - 2.2. La Organización del Departamento de Ventas
- 3. Dirección, Evaluación y Control del Desempeño de la fuerza de Ventas**
 - 3.1. La Dirección de Ventas.
 - 3.2. El Control en la venta
- 4. El Proceso de la venta**
 - 4.1. Fundamentos del Proceso de la venta.
 - 4.2. La venta unipersonal.

Bibliografía:

- 1) Ventas, Conceptos, Planificación y Estrategia, Buskir Richard; Spiro Stauton
- 2) Gerencia de Ventas, Jonson Eugene; Kurtz David Schwing.