

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.