



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

A) Datos informativos

Facultad:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS					Dominio:	DESARROLLO LOCAL Y EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO SUSTENTABLE			
Carrera:	LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA									
Asignatura:	TÉCNICA DE VENTAS		Código:	404	Unidad de organización curricular:	PROFESIONAL	Campo de formación:	Práctica profesional		
Semestre:	CUARTO		Paralelo:			Horario:				
Plan de estudios:	N°. Créditos:	4	Horas componente docencia:	64	Horas componente de práctica y experimentación:	32	Horas componente trabajo autónoma:	64		
Prerrequisitos:	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR									
Periodo académico:	2019-2020									
Docente:	ING. MARIO ZAMBRANO PALADINES. MAE. MSc				Título de posgrado:	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MAGISTER EN EDUCACIÓN SUPERIOR				

B) Justificación del conocimiento del syllabus en el campo de formación

Las técnicas de ventas junto con la mercadotecnia está enmarcada en la construcción de estrategias, que se tiene para persuadir al potencial cliente para que realice la compra. lo cual se convierten en herramientas fundamentales que las compañías y organizaciones necesitan para lograr sus objetivos. Es indispensable preparar al estudiante para que sea conocedor y dominador de cada uno de los pasos de la ciencia mercadológica						
Aportes teóricos	Aportes metodológicos	Aporte a la comprensión de los problemas del campo profesional	Contextos de aplicación			
Las técnicas de ventas provee al estudiante las bases e insumos teóricos integrales, sobre la gestión comercial de las organizaciones, y las mezclas de mercadotecnia, con el fin de cubrir las necesidades del consumidor final.	Identificar las herramientas, procesos, y métodos, para aplicarlos en la gestión de ventas idónea, de zonas y rutas para los vendedores, para la creación de una estrategia comercial que permita la consecución de los objetivos de las organizaciones, que contribuyan a tomar decisiones fundamentadas en la actividad profesional, personal.	Aplicar las principales estrategias y métodos comerciales, que permitan el trabajo eficiente y eficaz del equipo de ventas y la correcta administración del departamento comercial, como solución a problemas comerciales tales como la consecución de los presupuestos de venta y la permanencia en el mercado de las empresas.	La asignatura tiene carácter multidisciplinario, aplicándose en todos los campos de la mercadotecnia, que se enmarca dentro del aspecto administrativo de las organizaciones, así como de las técnicas comerciales.			



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

C) Propósitos y aportes al perfil de egreso

Aportes al perfil de egreso: Capacidades integrales y/o competencias, logros o resultados de aprendizaje			
Propósitos del aprendizaje del syllabus relacionados con el campo de estudio y objetivos de la carrera:	Genéricas de la Universidad de Guayaquil	Específicas de la carrera	Logros de aprendizaje
	Ambito		
Pretende que los estudiantes adquirieran conocimientos y técnicas que les permitan proponer estrategias desde la perspectiva comercial de las organizaciones, que apoyen el logro de los objetivos comerciales de una organización en un entorno competitivo y global.	Analiza, sistematiza y amplía la información en la gestión de ventas, desarrollando conjuntamente el uso del conocimiento hacia la aplicación práctica de las ventas comerciales, el cual integra equipos colaborativos, multidisciplinarios y multi profesionales para el diseño de estrategias comerciales.	• Elabora planes de marketing y toma de decisiones estratégicas en todas las áreas relacionadas con la gestión de ventas y el desarrollo de proyectos de marketing. Analiza adecuadamente la gestión integral del cliente y entiende el comportamiento del consumidor. Maneja la comunicación integral de marketing: publicidad, promoción, branding, merchandising, relaciones públicas e imagen corporativa.	1.- Describe las características de los diferentes tipos de venta. 2.- Describe con precisión el perfil del vendedor. 3.- Investiga aspectos mercadológicos, financieros y del talento humano en forma sistemática. 4.- Elabora planes estratégicos apropiados. 5.- Selecciona las técnicas de presentación de ventas con efectividad.
La asignatura capaz de analizar los problemas de comunicación para impulsar de las ventas y tomar decisiones sobre las estrategias a diseñar e implementar fortaleciendo las habilidades comunicacionales y de persuasión del estudiante.	Organiza, interpreta, construye y evalúa el conocimiento de forma crítica, creativa e integrada, para la toma de decisiones y la resolución de problemas. Aplicando las estrategias de ventas para una buena gestión en el departamento comercial de ventas.	Maneja de forma eficiente las aplicaciones y los softwares en el campo de las ventas y de mercadotecnia. • Diseña estrategias para la construcción de promoción efectiva de las ventas y evalúa las actividades relacionadas al desarrollo, innovación y lanzamiento de productos. • Desarrolla capacidad de reflexión crítica analítica ante la realidad de los negocios en entorno competitivo global.	1.- Modifica su entorno próximo con ideas creativas. 2.- Obtiene información precisa en la identificación de sus clientes. 3.- Aplica sistemáticamente la estrategia ganar - ganar en los negocios. 4.- Identifica las necesidades del consumidor. 5.- Escoge los métodos de interacción según los diferentes tipos de clientes. 6.- Rebate objeciones con buenas argumentaciones. 7.- Maneja correctamente los cierres de venta.
Se pretende que el estudiante fortalezca sus valores ciudadanos y profesionales concientizando su compromiso ético, social y humanista con la sociedad.	Fortalece habilidades intra e interpersonales con compromiso ético y conciencia ciudadana frente a situaciones de gestión comercial y de la mercadotecnia. Gestiona las habilidades de la profesión con creatividad y emprendimiento, potenciando su habilidad en las ventas, siendo consciente de la necesidad de procurar su aprendizaje en el ámbito comercial.	Armoniza lo teórico-práctico con habilidades y actitudes éticas, para una buena gestión comercial. • Diseña y ejecuta acciones relativas a las técnicas de ventas en las organizaciones con sólidos fundamentos humanísticos, sociales y éticos ante el consumidor, cliente interno, y la comunidad en general.	Diseña e implementa estrategias de ventas y promoción en las empresas y organizaciones con compromiso profesional, honestidad y responsabilidad social.
GESPECU - FCA/2017			

Valores y actitudes

Habilidades

Conocimientos



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



D) Unidades temáticas o de análisis:

Unidad # 1: Aspectos básicos de las ventas

Objetivo: Conocer los aspectos básicos de las ventas para su aplicación en un efectivo cierre de ventas.

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.	Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.						
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
El producto, y su definición	Introducción al tema, presentación en diapositivas, discusión, conclusiones	Lectura: Actividad para refuerzo de temas	Investigación en la Web de de otros autores en base a la definición del producto.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Tipos de productos y su ciclo de vida	Revisión tema anterior. Clase magistral, de los tipos de productos y su ciclo de vida.	Análisis de caso, panel.	Investigación en la Web de una empresa e identificar su metodología de Planificación de actividades.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
El cliente o consumidor, sus necesidades, motivación y perfil del consumidor.	Revisión tema anterior. Introducción al cliente o consumidor, sus necesidades, motivación y perfil del consumidor. Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Investigación en la Web, identificar teorías adicionales existentes sobre Técnicas de Venta.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
El proceso de la administración de ventas y factores que afectan a las ventas (interno)	Revisión, al tema anterior. Introducción al nuevo tema, el proceso de la administración de ventas y factores que afectan a las ventas (interno) Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Investigación en la Web, identificar en las Estrategias de promoción de las empresas, cuáles son los motivadores de compra a los que apean las empresas.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
El proceso de la administración de ventas y factores que afectan a las ventas (externo)	Revisión, al tema anterior. Introducción al nuevo tema, el proceso de la administración de ventas y factores que afectan a las ventas (externo) Presentación de temas en diapositivas.	Análisis del tema, resolución de cuestionario de preguntas, panel.	Observación de un video. Elaboración de análisis y conclusiones	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 1



Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:

Actividades.

Gestión formativa 30%

a) Trabajo participativo en clase,

b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,

c) Controles de lectura,

d) Otros: (Detallar) _____

a) Exposiciones individuales y grupales,

b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red,

c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios,

d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica,

e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios,

f) Trabajos de Campo,

g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación,

h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia,

i) Lectura crítica y análisis comparado de casos,

j) Asistencia y reporte de Eventos académicos.

k) Otros: (Detallar) _____

a) Exámenes orales y escritos teóricos,

b) Exámenes orales y escritos prácticos,

c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos.

d) Otros: (Detallar) _____

Acreditación y validación 40%

Gestión práctica y autónoma 30%



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Unidad # 2: Organización de las ventas

Objetivo: Analizar las diferentes organizaciones de ventas, que permita optimizar recursos y ser eficientes en el campo comercial.

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.	Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.						
Departamento de ventas y su planificación	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
	Revisión tema anterior, introducción al nuevo tema, planificación en el departamento de ventas, Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Investigación en la Web en base a la definición del tema.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
	Revisión tema anterior, introducción al nuevo tema, organización de las ventas, rutas y visitas de ventas, Presentación de temas en diapositiva.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Estudio de las rutas y visitas de ventas en las empresas para la que laboran.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
	Revisión tema anterior, introducción al nuevo tema, administración de las relaciones con los clientes, marketing masivo y marketing individualizado, Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Estudio de caso real de la administración de las relaciones con los clientes.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico, real y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
	Revisión tema anterior, introducción al nuevo tema, ciclo de administración de las relaciones con los clientes, Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Investigación en la Web, sobre el ciclo de administración de las relaciones con los clientes.	Refuerzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual.	Pizarra, marcadores, proyector, PC.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 2

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:

Actividades.

Gestión formativa 30%

a) Trabajo participativo en clase,

b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,

c) Controles de lectura,

d) Otros: (Detallar) _____

a) Exposiciones individuales y grupales,

b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red,

c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios,

d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica,

e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios,

f) Trabajos de Campo,

g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación,

h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia,

i) Lectura crítica y análisis comparado de casos,

j) Asistencia y reporte de Eventos académicos.

k) Otros: (Detallar) _____

a) Exámenes orales y escritos teóricos,

b) Exámenes orales y escritos prácticos,

c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos.

d) Otros: (Detallar) _____

Acreditación y validación 40%

Gestión práctica y autonomía 30%



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Unidad # 3: Proceso de la negociación comercial



Objetivo: Aplicar el proceso de la negociación comercial, para lograr los objetivos de la organizaciones.

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.			Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.		Componentes de practicas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.				
Introducción, etapa inicial, apertura, presentación y demostración del producto	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, introducción, etapa inicial, apertura, presentación y demostración del producto Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Presentación y demostración de un producto.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico, real y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Tratamiento de las objeciones, y cierre.	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, tratamiento de las objeciones, y cierre. Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar los resultados de las objeciones y cierre en una venta.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Evaluación del proceso de la negociación comercial.	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, evaluación del proceso de la negociación comercial, presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar los resultados de la evaluación de proceso de la negociación comercial.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Taller sobre las objeciones de cierre y evaluación de los procesos de la negociación comercial	Taller sobre las objeciones de cierre y evaluación de los procesos de la negociación comercial	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar los resultados del taller.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 3

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:	Actividades.
Gestión formativa 30%	<div>a) Trabajo participativo en clase.10%</div> <div>b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,20%</div> <div>c) Controles de lectura, </div> <div>d) Otros: (Detallar) </div>
Gestión práctica y autónoma 30%	<div>a) Exposiciones individuales y grupales,10%</div> <div>b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, </div> <div>c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, </div> <div>d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, </div> <div>e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, </div> <div>f) Trabajos de Campo, </div> <div>g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, </div> <div>h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia, </div> <div>i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, </div> <div>j) Asistencia y reporte de Eventos académicos. </div> <div>k) Otros: (Detallar) </div>
Acreditación y validación 40%	<div>a) Exámenes orales y escritos teóricos,20%</div> <div>b) Exámenes orales y escritos prácticos,20%</div> <div>c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos. </div> <div>d) Otros: (Detallar) </div>



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Unidad # 4: Técnicas de ventas



Objetivo: Aplicar las técnicas de ventas, para lograr los objetivos de la Gestión Comercial

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.			Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.		Componentes de practicas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.				
Métodos de ventas (venta a distancia, personal, multivitel)	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, métodos de ventas (venta a distancia, personal, multivitel) Presentación de temas en diapositivas.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Elaboración de estrategias, para lograr una venta efectiva.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico, real y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Localización, calificación, acercamiento, y servicio de atención al cliente.	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, localización, calificación, acercamiento, y servicio de atención al cliente. Presentación de temas en diapositivas	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar los resultados de un acercamiento efectivo del servicio al cliente.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
El vendedor, características personales y aptitudes para las ventas	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, el vendedor, características personales y aptitudes para las ventas Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar las características personales del vendedor.	Reforzo de temas con actividades del texto guía	4H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Tipos de vendedores, y capacitación de las fuerzas de ventas	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema, tipos de vendedores, y capacitación de las fuerzas de ventas Presentación de temas en diapositiva.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Medir y evaluar los resultados de los vendedores de una empresa	Reforzo de temas con actividades del texto guía	6H	Aulico y virtual. Pizarra, marcadores, proyector, PC.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 4



Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:	Actividades.
Gestión formativa 30%	<div>a) Trabajo participativo en clase, 10%</div> <div>b) Reportes de talleres y equipos colaborativos, 20%</div> <div>c) Controles de lectura, </div> <div>d) Otros: (Detallar) </div>
Gestión práctica y autónoma 30%	<div>a) Exposiciones individuales y grupales, 10%</div> <div>b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, </div> <div>c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, </div> <div>d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, </div> <div>e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, </div> <div>f) Trabajos de Campo, </div> <div>g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, 10%</div> <div>h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia, </div> <div>i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, </div> <div>j) Asistencia y reporte de Eventos académicos. 10%</div> <div>k) Otros: (Detallar) </div>
Acreditación y validación 40%	<div>a) Exámenes orales y escritos teóricos, 20%</div> <div>b) Exámenes orales y escritos prácticos, 20%</div> <div>c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos. </div> <div>d) Otros: (Detallar) </div>



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

F) BIBLIOGRAFIA

Básica	No	Título de la obra.	Existencia en biblioteca.	Número de ejemplares.
	1	TÉCNICAS DE VENTAS. María Elizabeth Navarro Mejía. 1da. Edición. México.	NO	
	2	VENTAS CONSTRUYENDO SOCIEDADES, Barton A. Weitz, Stephen B. Castleberry, John F. Tanner, Jr. 5ta. Edición. MC GRAW HILL	NO	
	3	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS, Eugene M. Johnson, David L. Kurtz, Eberhard E. Scheuing. 2da Edición. MC GRAW HILL	NO	
Sitios web	No	Dirección electrónica / URL		
	1			
	2			

F) FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Responsabilidad.	Nombre del responsable.	Firma.	Fecha entrega.
Elaborado por:	ING. MARIO ZAMBRANO PALADINES. MAE		24 de julio de 2019
Revisado por:	ING. ROSA INES CARRASCO REYES		
Aprobado por:	ECO. MAURICIO VILLACRESES COBOS. MAE		
Secretaría de la facultad:	AB. ELIZABETH CORONEL CASTILLO		