

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Experto Universitario
Número de créditos	15,00 Créditos ECTS
Matrícula	1.150 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Licenciados/graduados en general que quieran profundizar en el área de marketing vinculándose a un entorno más práctico. Profesionales que deseen dar un salto en su carrera, afrontando nuevos retos y aportando más valor añadido a su empresa
Modalidad	Presencial
Lugar de impartición	Escuela de Negocios Luis Vives de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia (Poeta Querol)
Horario	Viernes de 16 a 21 y sábados de 9 a 14 h. Y algunas sesiones los martes por las tardes

Dirección

Organizador	Departament de Comercialització i Investigació de Mercats
Colaborador	Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia
Dirección	Antonio Carlos Cuenca Ballester Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València José Enrique Bigné Alcañiz Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 26/04/2017
Fecha inicio	Mayo 2017
Fecha fin	Julio 2017

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Planificación y gestión de la fuerza de ventas

- 1 La fuerza de ventas, ¿una 5ª P del marketing?
- 2 Funciones generales de los niveles directivos en ventas.
- 3 ¿Qué aporta, y cómo, la fuerza de ventas a la empresa?
- 4 El canal de ventas/distribución y la fuerza de ventas.
- 5 Hacia la fuerza de ventas excelente.
- 6 ¿Qué, quién y por qué, nos comprarán los clientes?
- 7 Otras dimensiones de la venta: la ética y las nuevas tecnologías
- 8 TALLER PRÁCTICO
- 9 Seminario Las grandes

PROFESORADO

José Juan Agudo Pereira

Licenciado en ADE. Director Altman.

Fernando Mariano Baixauli García

Director Oficina. Fundación Bancaria La Caixa

Alejandro Teodoro Benet Zepf

José Enrique Bigné Alcañiz

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Juancho Burgos Cabrera

Administrador. Tu salud Natural. SL

Pedro Canales Ronda

Ayudante/a Doctor/a. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Antonio Carlos Cuenca Ballester

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Andrés Gil Nogués y Villen

María Asunción Hernández Fernández

Contratado/a Doctor/a. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Inés Küster Boluda

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Jesús Lombardero Barroso

Carlos Mínguez Barberá

Business Development Manager GFK

Carlos Manuel Noya García

Merck, Sharp & Dohme de España, S.A.

Federico Pascual Gómez

José Javier Rivera Alcami

Consultor de empresas. GD&A BUSINESS BROKERS

Juan Enrique Selma Beltrán

Director Marketing. ITI Instituto Tecnológico de Informática UPV

Alejandro Utrilla Gómez

Lilly, S.A.

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Este Título de Experto capacita para desempeñar puestos de experto en ventas, tanto desde un punto de vista operativo como de dirección (i.e. Jefe de ventas, director de equipo de ventas, Representantes, Agentes comerciales, Responsables de relación con clientes, Responsable de Trade Marketing).

El objetivo básico del Título de experto en Planificación y Gestión de la Fuerza de Ventas, es acercar al alumno, tanto desde un punto de vista teórico como práctico, a la dirección del departamento comercial-ventas de una empresa u organización, así como de sus equipos comerciales

El Título de experto en Planificación y Gestión de la Fuerza de Ventas pretende acercar a los/as estudiantes, tanto desde un punto de vista teórico como práctico, a la dirección del departamento comercial-ventas de una empresa u organización, así como de sus equipos comerciales.

-Que los/as estudiantes adquieran una adecuada comprensión y valoración del significado, extensión, importancia y contenido de la función comercial dentro de las empresas y en todos sus ámbitos.

-La presentación de las distintas herramientas a disposición de la dirección comercial-ventas en la empresa para llevar a cabo una gestión efectiva de las relaciones con los clientes.

-Proporcionar los conocimientos y capacidades necesarias para gestionar los recursos humanos, los vendedores.

-Poner de manifiesto cada una de las cuestiones a considerar a la hora de relacionarse con los clientes actuales y potenciales de la empresa, para permitir a los/as estudiantes estar en condiciones de tomar decisiones oportunas para planificar y gestionar el plan de ventas.

-Dar una visión tremendamente práctica que favorezca la capacidad analítica y crítica de los/as estudiantes.

Con el Título de experto en Planificación y Gestión de la Fuerza de Ventas se intenta que el alumno comprenda la necesidad de planificación y gestión de las distintas herramientas de dirección de la fuerza de ventas para conseguir la coherencia e

integración con la estrategia global de marketing. Con este fin, el programa profundiza en el conocimiento y aplicación de las herramientas de planificación y gestión de la fuerza de ventas con las que cuenta la empresa, analizando sus posibilidades de aplicación en el mundo real.

METODOLOGÍA

Cada una de las Asignaturas del Diploma en Planificación y Gestión de la Fuerza de Ventas está concebida para que se pueda abordar tanto desde un punto de vista teórico como práctico.

En las clases prácticas, se crearán equipos de trabajo (entre 4 y 5) personas y se utilizará el método del caso. Ello permitirá a los alumnos poner en práctica los conocimientos adquiridos en las correspondientes clases teóricas, además de poner de manifiesto su capacidad para trabajar en grupo y sus habilidades de comunicación interpersonal.

El método del caso se desarrollará de acuerdo con la metodología siguiente:

-Primero se realizará un trabajo individual de lectura del caso por parte del alumno.

-Después se realizará una puesta en común a nivel de equipo de trabajo supervisada por parte del profesor responsable con el fin de solventar cualquier duda o problema. -Finalmente, se realizará la puesta en común en el aula de los contenidos de la práctica.

Para poder superar el diploma en Planificación y Gestión de la Fuerza de Ventas será necesario elaborar un trabajo final consistente en la elaboración de un plan de diseño, o mejora, de una red de ventas para una empresa propuesta por la dirección del máster. Dicho trabajo, que se realizará por grupos, deberá ser entregado en formato Word, o similar, ante la dirección del máster.