UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Mercadotecnia

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

DIRECCION DE VENTAS

NIVEL

QUINTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
DIRECCION DE VENTAS
Carrera
Mercadotecnia</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCA-MT-MP-UP-05-01</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>LIDERAZGO Y NEGOCIACION</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-04-06</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
3
Nivel
QUINTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>GERENCIA DE MERCADOTECNIA</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-05-05</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito La asignatura Dirección de Ventas tiene como propósito desarrollar en el estudiante las competencias necesarias para la gestión estratégica de la fuerza de ventas, integrando conocimientos teóricos y metodológicos con habilidades blandas esenciales como el liderazgo, la comunicación efectiva, la toma de decisiones y el trabajo en equipo. A través de metodologías activas y el análisis de casos reales, se fomenta una visión estratégica y adaptable en la dirección de eq

Descripción de la asignatura La asignatura Dirección de Ventas proporciona al estudiante los conocimientos y habilidades necesarias para gestionar estratégicamente la fuerza de ventas, integrando planificación, organización, desarrollo y control de actividades comerciales. De forma específica, la asignatura se estructura con las siguientes unidades: 1. -Comprender los fundamentos de la Dirección de Ventas y su impacto en el entorno comercial, desarrollando pensamiento crítico y visión estratégica, 2. -Identificar la relevancia de las relaciones interpersonales en la Dirección de Ventas, promoviendo la comunicación efectiva y la empatía en la gestión comercial, 3. Diseñar estrategias de organización de la fuerza de ventas, aplicando habilidades de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la productividad y cohesión del grupo de ventas, 4. Planificar procesos de selección, formación y motivación de la fuerza de ventas, fomentando la toma de decisiones y el liderazgo transformador para potenciar el rendimiento del equipo, y 5. Aplicar métodos de evaluación y control de la actividad comercial, desarrollando habilidades de análisis y resolución de problemas para garantizar el cumplimiento de objetivos organizacionales. La metodología se fundamentará en el método de caso y método expositivo, permitiendo la comprensión progresiva de los contenidos y su aplicación en casos prácticos. Como resultado de aprendizaje, el estudiante gestiona el manejo de la fuerza de ventas a través de organizar, coordinar y controlar las actividades de un equipo de ventas.

Objetivo general de la asignatura Gestionar estratégicamente la dirección de ventas mediante la planificación, organización y control de la fuerza de ventas, desarrollando habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, comunicación efectiva y toma de decisiones, con el fin de optimizar el desempeño comercial y fortalecer la capacidad de adaptación en entornos competitivos.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Comprender los fundamentos de la Dirección de Ventas y su impacto en el entorno comercial, desarrollando pensamiento crítico y visión estratégica.

2.-Identificar la relevancia de las relaciones interpersonales en la Dirección de Ventas, promoviendo la comunicación efectiva y la empatía en la gestión comercial.

3.-Diseñar estrategias de organización de la fuerza de ventas, aplicando habilidades de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la productividad y cohesión del grupo de ventas.

4.-Planificar procesos de selección, formación y motivación de la fuerza de ventas, fomentando la toma de decisiones y el liderazgo transformador para potenciar el rendimiento del equipo.

5.-Aplicar métodos de evaluación y control de la actividad comercial, desarrollando habilidades de análisis y resolución de problemas para garantizar el cumplimiento de objetivos organizacionales.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Comprender los fundamentos de la Dirección de Ventas y su impacto en el entorno comercial, desarrollando pensamiento crítico y visión estratégica.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Introducción y evolución de la Dirección de Ventas en entornos comerciales actuales.	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos Mapas Conceptuales
1.2.- Estrategias clave en la gestión de ventas y su impacto en la competitividad empresarial.	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos Mapas Conceptuales
1.3.- Aplicación de la analítica de ventas y su rol en la toma de decisiones estratégicas.	3	5	1	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	9	5	13	**TOTAL HORAS:** 27

Resultados de aprendizaje: Analiza los principios y funciones de la Dirección de Ventas mediante el estudio de casos y situaciones reales, con el propósito de fundamentar su aplicación en la gestión comercial.
Metodología de enseñanza : Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Identificar la relevancia de las relaciones interpersonales en la Dirección de Ventas, promoviendo la comunicación efectiva y la empatía en la gestión comercial.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Técnicas de comunicación efectiva en la gestión de ventas.	3	0	6	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
2.2.- Estrategias de negociación y manejo de objeciones en procesos comerciales.	3	0	6	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
2.3.- Construcción y gestión de relaciones comerciales basadas en la confianza y fidelización.	3	5	1	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	9	5	13	**TOTAL HORAS:** 27

Resultados de aprendizaje: Reconoce la importancia de las relaciones en la gestión de ventas a través de estrategias de negociación y trabajo en equipo, para fortalecer la confianza y fidelización de clientes.
Metodología de enseñanza : Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Diseñar estrategias de organización de la fuerza de ventas, aplicando habilidades de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la productividad y cohesión del grupo de ventas.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Planificación y organización de la fuerza de ventas	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
3.2.- Estructura y modelos organizativos de la fuerza de ventas.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
3.3.- Asignación de territorios y segmentación de clientes en la planificación comercial.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
3.4.- Aplicación de herramientas tecnológicas para la optimización de la gestión de ventas.	6	10	2	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	12	10	14	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Elabora planes de organización y distribución de la fuerza de ventas utilizando herramientas de planificación y análisis territorial, con el fin de optimizar la cobertura del mercado.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Resolución de problemas, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Planificar procesos de selección, formación y motivación de la fuerza de ventas, fomentando la toma de decisiones y el liderazgo transformador para potenciar el rendimiento del equipo.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Métodos de selección y evaluación de talento en equipos de ventas.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
4.2.- Diseño de planes de capacitación y desarrollo profesional para equipos comerciales.	3	0	6	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
4.3.- Estrategias de motivación y liderazgo en la gestión del talento comercial.	4	6	2	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	9	6	12	**TOTAL HORAS:** 27

Resultados de aprendizaje: Implementa estrategias de capacitación y desarrollo del equipo de ventas mediante programas de formación y liderazgo situacional, con el propósito de mejorar su desempeño y compromiso organizacional.
Metodología de enseñanza : Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Orientación para estudio de casos, Resolución de problemas, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Aplicar métodos de evaluación y control de la actividad comercial, desarrollando habilidades de análisis y resolución de problemas para garantizar el cumplimiento de objetivos organizacionales.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Indicadores clave de desempeño comercial y su análisis estratégico.	2	0	4	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
5.2.- Herramientas de control y monitoreo de la actividad de ventas.	3	0	6	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
5.3.- Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas y toma de decisiones correctivas.	4	6	2	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	9	6	12	**TOTAL HORAS:** 27

Resultados de aprendizaje: Analiza los indicadores de desempeño comercial a través de herramientas de control y evaluación, con el propósito de tomar decisiones estratégicas orientadas a la mejora continua.
Metodología de enseñanza : Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Resolución de problemas, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Generación de datos y búsqueda de información, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El aprendizaje se lo lleva a cabo en los distintos escenarios de aprendizaje real, virtual y Ã¡ulico. El escenario de aprendizaje real ; permite la propuesta de estrategias de educativas que en la actualidad deben lograr experiencias reales y el desarrollo de competencias profesionales, que contextualicen el conocimiento, su apropiaciÃ³n y aplicaciÃ³n en el ejercicio profesional y en la vida empresarial, por medio de aprendizajes signifi

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Comprender los fundamentos de la Dirección de Ventas y su impacto en el entorno comercial, desarrollando pensamiento crítico y visión estratégica.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito
2.- Identificar la relevancia de las relaciones interpersonales en la Dirección de Ventas, promoviendo la comunicación efectiva y la empatía en la gestión comercial.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito
3.- Diseñar estrategias de organización de la fuerza de ventas, aplicando habilidades de liderazgo y trabajo en equipo para mejorar la productividad y cohesión del grupo de ventas.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito
4.- Planificar procesos de selección, formación y motivación de la fuerza de ventas, fomentando la toma de decisiones y el liderazgo transformador para potenciar el rendimiento del equipo.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito
5.- Aplicar métodos de evaluación y control de la actividad comercial, desarrollando habilidades de análisis y resolución de problemas para garantizar el cumplimiento de objetivos organizacionales.	Talleres de Razonamiento Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de la unidad. Instrumento: Cuestionario Escrito

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Arenal Laza, Carmen	2018	Dirección y Estrategias de ventas e intermediación comercial	1	Editorial Tutor Formacion	España La Rioja	1	140	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro contiene, el concepto y estructura de la funcián de ventas, la comunicacián interna, investigacián, planes y estrategias. Bibliografáa Contemporánea.							
URL:	https://0x102ppbz-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/44273							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Martínez Martínez; Aurora	2016	Organización de equipos de venta	1a edición	Paraninfo	Madrid	1	123 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06432							
Comentario:	Este libro contiene la Determinacián de la estructura organizativa y del tamaáo del equipo de ventas. Bibliografáa Contemporánea.							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Artal Castells, Manuel	2015	Dirección de ventas:	13a edición	Alfaomega	Bogotá	2	540 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06287							
Comentario:	El libro Dirección de ventas de Manuel Artal Castells ofrece una guía práctica y rigurosa sobre la organización del departamento de ventas y la gestión de vendedores. Es un manual de referencia para directores comerciales, mandos intermedios y estudiantes							
URL:								

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Gómez Visedo; Daniel	2021	Como encontrar, seleccionar y retener a los mejores vendedores	1a edición	Ecoe	Bogotá	1	140 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07275							
Comentario:	Un libro que permite retener a los potenciales clientes. BIBLIOGRAFÍ•A CONTEMPORÍ•NEA							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Ariste Mur, Elena		Escucha activa:	1a edición			1	468 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA07376							
Comentario:	Bibliografía Contemporánea. La metodología de la Escucha Activa: Actitudes, Habilidades y Estructura de Intervención, basada en el Modelo Humanista Counselling centrado en la persona, complementa a la formación que podamos tener sobre comunicación. Abre u							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Martínez Pastor, Juan Isidro	2024	El arte de la venta y la dirección de equipos	1	Bubok Publishing S.L.	España Madrid	1	33	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Hay 3 puntos fundamentales para tener éxito en ventas que coinciden tanto en el gestor de ventas como en el jefe de equipo y que convierten en arte aquello que se realiza y son: 1.La actitud positiva, 2.La capacidad empática e inteligencia emocional, 3.El							
URL:	https://0x102ppbz-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/260292							