

UNIVERSIDAD CATOLICA "ANDRES BELLO"  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y CONTADURIA  
QUINTO AÑO DE ADMINISTRACION

PROGRAMA DE VENTAS, PROMOCION Y ADMINISTRACION

PRIMERA PARTE:

INTRODUCCION:

- 1.- Ventas y Administración de Ventas. Concepto de las Ventas e importancia. Diferentes actividades de Ventas. Filosofía de la venta. Oportunidades en la venta.
- 2.- La venta personal y sus niveles. Conocimiento del producto y del cliente: Campos de venta, Motivos de compra, calificación del comprador. - Localización de compradores.

TEORIA Y PRINCIPIOS:

- 3.- Fórmula de AIDAS (AIDCA) Teoría de los factores externos. Teoría de la fórmula de compras. Planes de ventas. El Plan Standard. Otros planes de venta. Organización del vendedor. Métodos para ahorrar tiempo.

PROCESO O TECNICA DE LA VENTA:

- 4.- La investigación. Importancia. Materia a investigarse. Métodos. -- Ventajas y desventajas. Algunos tipos de clientes.
- 5.- La entrevista: consecución, introducción, atención, interés. Ideas para lograr mejores entrevistas. Los cinco canales de la venta.
- 6.- La demostración: concepto, preparación, forma, pruebas.
- 7.- El cierre de la venta: concepto, actitud mental del vendedor, momento del cierre, métodos.
- 8.- Las objeciones. Actitud del vendedor. Calificación de las objeciones Reglas para contestar objeciones.

SEGUNDA PARTE:

A D M I N I S T R A C I O N     D E     V E N T A S

INTRODUCCION:

- 9.- Campo de la Administración de Ventas. Funciones. Clases de Gerentes de Ventas. Evolución del Departamento de Ventas. Tendencias modernas.

ORGANIZACION:

- 10.- Concepto de organización. Principios básicos. Creación de la estructura. Tipos de organización de Ventas.

.../....

ADMINISTRACION DEL PERSONAL DE VENTAS:

- 11- El reclutamiento: sus métodos. Organización para el reclutamiento. Sección de vendedores (Prácticas)
- 12- Entrenamiento de vendedores. Personal que debe entrenarse. Instructores. Determinación del programa de entrenamiento. Evaluación del programa de entrenamiento.
- 13- Remuneración de vendedores. Forma de establecer un plan de remuneración. Tipos básicos de remuneración. Otros métodos de remuneración.
- 14- Motivación de vendedores. Métodos.
- 15- Supervisión de vendedores. Objetivos de la supervisión. Organización Métodos de supervisión.
- 16- Planeamiento de ventas. Estudio del mercado. Organización requerida. Información necesaria.
- 17- Planeamiento del producto. Organización del Planeamiento. Funciones que comprende. Cualidades del producto. Servicio Mecánico. Otros servicios (crédito, cobros, entregas, devoluciones, etc.)
- 18- Promoción de ventas. Exhibición de la mercancía. Publicidad directa. Ayuda de Venta. Equipo vendedor. Programas típicos de promoción de ventas.
- 19- Política de precios. Factores a considerar. Influencia del Costo del transporte. Política de precios fijos y negociados. El sistema de mark-up.

CONTROL DE LA ADMINISTRACION DE VENTAS:

- 20- Territorios de venta. Propósitos. Principios para establecerlos. La cobertura del territorio de ventas. Propósitos. Planeamiento de la cobertura. Transporte de los agentes. Control de la cobertura.

BIBLIOGRAFIA:

- Tesis 1 á 8: Las 5 grandes Reglas de la Venta, por: Percy H. Whiting.  
La Formación Práctica del Agente de Ventas, por: Charles H. Fernald.
- Tesis 9 á 20: Administración de Ventas, por: Bertrams R. Canfield  
Técnicas de la Dirección de Ventas, por: Harold Maynard y James H. Davis.  
Promoción de Ventas, por: Alfred Gross y Dale Houghton.  
Promoción de Ventas, por: H. Simmons.  
Manual para la formación de Vendedores, por: National Society of Sales Training Executives, revisado por: James H. Davis.
-