

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (1,6 puntos)	Eventos (1,8 puntos)	Lecturas (2,6 puntos)
Semana 1	<b>Tema 1. La dirección comercial</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Concepto de dirección comercial 1.3. Evolución y desarrollo 1.4. Ventas como área estratégica, de gestión y de control 1.5. El papel de la dirección comercial 1.6. Rasgos fundamentales de la dirección comercial 1.7. Funciones y responsabilidades de la dirección comercial		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 puntos cada una). Test Tema 1 (0,1 puntos)	Lectura: Marketing y ventas: el eterno divorcio (1 puntos)
Semana 2	<b>Tema 2. El vendedor</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Concepto de vendedor 2.3. Funciones a desarrollar 2.4. Tipos de vendedores 2.5. El perfil del vendedor 2.6. Características y conocimientos necesarios del vendedor		Test Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 3	<b>Tema 3. El Departamento de Ventas</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Aspectos generales 3.3. Funciones del Departamento de Ventas		Foro de debate: La venta de la marca España (0,6 puntos)	
Semana 4	<b>Tema 3. El Departamento de Ventas (Continuación)</b> 3.4. El papel del director de ventas 3.5. Factores condicionantes de la organización del Departamento de Ventas 3.6. Tipología de estructuras organizativas en ventas		Test Tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 5	<b>Tema 4. La organización comercial</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Aspectos fundamentales 4.3. Tipología y dimensionamiento	Trabajo: Ejercicios sobre cálculo de redes comerciales mediante diferentes métodos (0,6 puntos)		
Semana 6	<b>Tema 4. La organización comercial (Continuación)</b> 4.4. Métodos de cálculo de redes comerciales		Test Tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 7	<b>Tema 5. Gestión de rutas de ventas y territorios</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción 5.3. Definición de rutas y áreas de ventas 5.4. Variables a considerar en la gestión de rutas	Trabajo: Ejercicios sobre preparación y diseño de rutas comerciales (1 puntos)	Test Tema 5 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajos (1,6 puntos)	Eventos (1,8 puntos)	Lecturas (2,6 puntos)
Semana 8	<b>Tema 6. Ventas, marketing relacional y CRM</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Técnicas de venta y marketing relacional 6.3. El proceso de venta relacional 6.4. El equipo de ventas relacional 6.5. Herramientas CRM (Customer Relationship Management)		Test Tema 6 (0,1 puntos)	Lectura: CRM: tres estrategias de éxito (1 puntos)
Semana 9	<b>Tema 7. Administración de la fuerza de ventas internacional</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La fuerza de ventas internacional 7.3. Factores influyentes en la fuerza de ventas internacional 7.4. Tareas de la fuerza de ventas internacional 7.5. Las misiones comerciales internacionales 7.6. Las ferias y congresos internacionales		Test Tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 10	<b>Tema 8. Distribución comercial</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. La distribución comercial como variable de marketing 8.3. Funciones de los intermediarios 8.4. Tipología de los intermediarios		Test Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 11	<b>Tema 9. Los canales de distribución</b> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Los canales de distribución 9.3. Tipología de los canales de distribución			
Semana 12	<b>Tema 9. Los canales de distribución (Continuación)</b> 9.4. Organización de los canales de distribución		Test Tema 9 (0,1 puntos)	Lectura: Producir y consumir: la logística, clave del éxito de una cadena de moda (0,6 puntos)
Semana 13	<b>Tema 10. Administración de las empresas de distribución</b> 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Formatos minoristas 10.3. Formatos mayoristas			
Semana 14	<b>Tema 10. Administración de las empresas de distribución (Continuación)</b> 10.4. Merchandising 10.5. Logística		Test Tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 15	<b>Semana de repaso</b>			
Semana 16	<b>Semana de exámenes</b>			