

Programación semanal

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

	Temas	Actividades (4 puntos)
Semana 1	Tema 1. Estrategias corporativas y visión comercial	
	1.1. La comunicación integrada y la comunicación 360°	
	1.2. La publicidad	
	1.3. El marketing directo	
	1.4. La promoción de ventas	
	1.5. Las relaciones públicas	
	1.6. Patrocinio y mecenazgo	
	Tema 2. La dirección de ventas	
	2.1 Presentación	Asistencia a 4 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1275 puntos cada una).
2.2 La dirección de ventas	Test Tema 1 (0,07 puntos)	
2.3 La función de ventas en la empresa	Test Tema 2 (0,07 puntos)	
2.4 Elementos, variables del sistema y relaciones	Caso práctico: Médicos Sin Fronteras (1 puntos)	
2.5 Concepto y tareas de la dirección de ventas		
2.6 La dirección de ventas, el estado de la demanda y los cambios del entorno		
2.7 Características de los problemas comerciales		
2.8 El proceso de toma de decisiones comerciales		
2.9 Funciones de la dirección de ventas		
Semana 2	Caso práctico: Médicos sin fronteras	
Semana 3	Caso práctico: Médicos sin fronteras	

	Temas	Actividades (4 puntos)
Semana 4	<p>Tema 3. La planificación de ventas</p> <p>3.1 Presentación</p> <p>3.2 Concepto de planificación de ventas.</p> <p>3.3 Especificación de los objetivos de venta.</p> <p>3.4 Elección del sistema y equipo de ventas.</p> <p>3.5 Diseños de la red y territorios de ventas.3.6 Tamaños y asignación de los equipos de ventas.</p> <p>3.7 Planificación de las visitas.</p> <p>3.8 Funciones de la dirección de ventas</p> <p>3.9 Características de los vendedores</p>	<p>Test Tema 3 (0,07 puntos)</p> <p>Caso practico: El Bulli (1 puntos)</p>
Semana 5	Caso práctico: El Bulli	
Semana 6	Caso práctico: El Bulli	
Semana 7	<p>Tema 4. La gestión de la fuerza de ventas</p> <p>4.1 Presentación</p> <p>4.2 Gestión de la fuerza de ventas.</p> <p>4.3 Concepto y funciones del equipo de ventas.</p> <p>4.4 Selección del equipo de ventas.</p> <p>4.5 Formación del equipo de ventas.</p> <p>4.6 Motivación del equipo de ventas.</p> <p>4.7 Remuneración del equipo de ventas.</p> <p>4.8 Evaluación y control del equipo de ventas.</p> <p>Tema 5. El valor del cliente y el servicio postventa</p> <p>5.1 Presentación</p> <p>5.2 El valor del cliente y servicio postventa.</p> <p>5.3 El movimiento defensa del consumidor.</p> <p>5.4 Derechos básicos del consumidor.</p> <p>5.5 Privacidad del consumidor.</p> <p>5.6 Instituciones que facilitan y promueven la actividad comercial.</p> <p>5.7 Instituciones que informan y protegen al consumidor.</p> <p>5.8 Instituciones que velan por el cumplimiento de las normas de actuación comercial.</p> <p>5.9 Marketing de relaciones.</p>	<p>Test Tema 4 (0,07 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,07 puntos)</p> <p>Caso práctico: Lo que hay detrás de una buena fachada (1 puntos)</p>
Semana 8	Caso práctico: Lo que hay detrás de una buena fachada	
Semana 9	Caso práctico: Lo que hay detrás de una buena fachada	

	Temas	Actividades (4 puntos)
Semana 10	Tema 6. La gestión multicanal y los nuevos modelos de venta 6.1 Presentación 6.2 La gestión multicanal 6.3 Selección de los canales de distribución. 6.4 Comercio mayorista 6.5 Comercio detallista o minorista 6.6 Integración de los canales de distribución 6.7 Tendencias en la distribución 6.8 Relaciones entre miembros del canal de distribución	Test Tema 6 (0,07 puntos)
	Tema 7. Las propuestas comerciales y la planificación estratégica 7.1 Presentación 7.2 Las propuestas comerciales 7.3 El proceso de formulación de la estrategia comercial. 7.4 Concepto e importancia de la planificación estratégica 7.5 Componentes y etapas de la planificación estratégica	Test Tema 7 (0,07 puntos)
Semana 11	Semana de exámenes	