



PERÚ

Ministerio
de Educación



IEST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 - 2006 - ED

SÍLABO DE SISTEMA DE VENTAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Carrera Profesional	: Administración de Empresas
Módulo	: Gestión Comercial
Créditos	: 06
Semestre Académico	: IV
Nº de Horas Semanal	: 9
Nº de Horas Semestral	: 162

II. COMPETENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL

Administrar y gestionar la comercialización de productos o servicios, según evaluación del mercado al cual se orienta.

III. CAPACIDADES TERMINALES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Capacidad terminal:	Criterios de Evaluación
Gestionar el sistema de venta para la empresa	Aplica técnicas de ventas efectivas para la comercialización del producto.
	Calcula el tamaño de la fuerza de venta del producto, de acuerdo a las técnicas estudiadas
	Evalúa la efectividad del sistema de ventas



PERÚ

Ministerio
de EducaciónIEST PRIVADO
"De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

IV. ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES Y CONTENIDOS BÁSICOS

Sem	Elementos de capacidad	Actividades de aprendizaje	Contenidos Básicos	Tareas previas
1	Resumir las responsabilidades básicas y los roles en la evolución de la administración de ventas.	Nº01 Conociendo aplicando los diseños de estructuras organizacionales de Ventas	Diseño de una estructura organizacional efectiva de un departamento de ventas	Propone y sustenta organigrama del departamento de ventas de su proyecto empresarial
2	Conocer ampliamente el significado de venta y la actitud del vendedor e identificando la importancia de las nuevas competencias	Nº02 Conociendo la venta y las nuevas competencias del vendedor	-¿Qué es la venta? -La actitud del vendedor. -Qué es un cliente -Características del vendedor exitoso Las nuevas competencias del vendedor -Los 4 pilares de las ventas -Pareto y su regla de oro -El proceso de compra del cliente	Visualización y análisis de video propuesto. "motivación y pasión por las ventas" Informe sobre actividad
3	Planificar las operaciones de un equipo de ventas con uso adecuado de técnicas y procedimientos para aplicarlos en el proyecto empresarial	Nº03 Planificando las operaciones de un equipo de ventas	El arte de hablar en público -Qué es hablar en público. Por qué su miedo. -La idea clave y sus argumentos. La imagen y comunicación del vendedor. -Comunicación e imagen del vendedor-Sabemos escuchar -Los gestos y lo que dice. -Lo importante de la sonrisa.	Lectura y Análisis de texto recomendado: "Cállese y venda"
4	Aplicar las técnicas de ventas en su proyecto empresarial	Nº04 Aplicando las técnicas de ventas en su proyecto empresarial	Las técnicas de ventas AIDA (Atención - Interés - Deseo - Acción) ✓ Manejo de la concentración en la venta. ✓ Técnicas de comunicación persuasiva Técnicas para el cierre de ventas: Cierres indispensables: ✓ Por auto convicción ✓ Dos alternativas o más ✓ Amarres (amarres invertidos) ✓ Repetición (dramatizado) Cierres avanzados: ✓ Operadores de modo. ✓ Causa y efecto ✓ Lecturas de pensamiento ✓ Preguntas encubiertas.	Lectura y Análisis de texto recomendado: "Cállese y venda"
5	Conocer las técnicas que permitan impulsar la creación de equipos de ventas para mejorar la productividad, la calidad del producto y del servicio	Nº05 Rebatiendo objeciones	Las Objeciones.- El manejo de objeciones ✓ Definición ✓ Por qué se producen ✓ Clasificación ✓ Como lidiar con las objeciones.	Lectura y Análisis de texto recomendado
6	Diferenciar los diferentes tipos de negociadores	Nº06 Aprendiendo a negociar	Negociación.- -Características del negociador -Tipos de negociadores -Fases de la negociación -Tácticas engañosas	Lectura y Análisis de texto recomendado



7	Transmitir a todo el equipo de ventas la filosofía que "el cliente es la razón de ser de una empresa".	Nº07 Entendiendo y comprendiendo que "el cliente es la razón de ser de una empresa"	Servicio al cliente -¿Qué es el servicio? -Características del servicio -Los errores mas comunes del servicio. - Calidad en el servicio	Lectura y Análisis de texto recomendado
8	Identificar por qué se presenta la guerra de los precios	Nº08 Conociendo el rol de las ventas en la estrategia de precios	La guerra de precios -Por qué se presenta -Resultados de la guerra -Cuáles son las mejores tácticas para contrarrestarlas Las promociones -¿Qué es una promoción? -¿Cuáles son las herramientas mas usadas. -¿Qué es lo que realmente busca	Lectura y Análisis de texto recomendado
9	Establecer las diferencias entre el marketing y las ventas	Nº09 Conociendo las diferencias entre el marketing y las ventas	- Las ventas y su relación con el Marketing? - -Por qué es importante que la gente de marketing conozca las ventas - -Diferencias entre ventas y marketing - -Cómo se integra el marketing con las ventas Examen Parcial	Lectura y Análisis de texto recomendado
EVALUACION				
10	Conocer y aplicar políticas de precios y distribución en cualquier tipo de organización.	Nº10 Aplicando las políticas de precios y distribución en una organización	Pronósticos de ventas. Política de precios Distribución comercial ¿Qué es la distribución comercial? La distribución y sus tendencias Canales de distribución Créditos y cobranzas -No sólo basta vender -Responsabilidad del vendedor Análisis del crédito	Lectura y Análisis de texto recomendado
11	Comprender la función de las prácticas éticas de ventas en el apoyo a la estrategia de negocios y en la consolidación de relaciones de largo plazo con los clientes	Nº11 Comprendiendo la función de las prácticas éticas de ventas	La ética y liderazgo del vendedor -La ética empresarial -Qué es la ética -La ética del vendedor ¿Todos los líderes son buenos? ¿Por qué es importante que el vendedor sea líder? - Característica del líder exitoso.	Lectura y Análisis de texto recomendado
12	Aplicar herramientas informáticas relacionadas con el comercio electrónico, de acuerdo con los productos de comunicación	Nº 12 Aplicando las herramientas informáticas relacionadas con el comercio electrónico	Marketing en internet - La evolución tecnológica: la sociedad de la información. - Herramientas informáticas y Redes de ordenadores. Los protocolos de comunicación para internet.	Lectura y Análisis de texto recomendado



13	Aplicar herramientas informáticas relacionadas con el comercio electrónico, de acuerdo con los productos de comunicación	Nº 13 Conociendo las aplicaciones del internet	<ul style="list-style-type: none"> - Internet. Concepto, evolución histórica, servicios y aplicaciones de internet. Diferencia entre internet y Tecnología de la Investigación - Internet los proveedores del servicio. Red Científica Peruana. Intranet. Extranet 	Lectura y Análisis de texto recomendado
14	Adquirir conocimiento y reflexiones desarrolladas a las habilidades para soportar las tecnologías de e-business con una visión empresarial	Nº14 Conociendo los modelos de negocios en Internet y reconociendo la importancia de la seguridad en el Comercio Electrónico	<p>COMERCIO ELECTRÓNICO ¿Qué es comercio electrónico? Nueva economía, nuevas tecnologías de la información. ¿En qué magnitud beneficia el comercio electrónico a los Empresarios peruanos? Modelos de negocios en Internet B2C: Business to Consumer B2B: Business to Business C2C: Consumer to Consumer C2B: Consumer to Business A2B/C/A: Administration to Business/Consumer/Administration (e government) P2P: Peer to Peer. B2E: Busines to Employee</p>	Lectura y Análisis de texto recomendado
15	Aprender conceptos de seguridad para e-business también como los problemas que enfrentan las empresas	Nº15 Creando una empresa en Internet	<p>Seguridad en el Comercio Electrónico El certificado digital Componentes de un certificado X.509 Crear una empresa en Internet: Pasos efectivos para crear un negocio por internet-</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener un muy buen producto. 2.- Crear un sitio Web vendedor 3.- Establecer el método de aceptación de pagos 4.- Crear ventas y afiliado 	Lectura y Análisis de texto recomendado
16	Aplicar en su proyecto empresarial las redes publicitarias en internet	Nº16 Haciendo publicidad por Internet	<p>Publicidad por Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qué son los sitios de alto tráfico. - Las redes publicitarias en Internet - La publicidad online como subasta. - ¿Es menor la inversión de la publicidad por Internet? - Anunciando gratis por internet - Los Banners o anuncios gráficos. - Los anuncios de textos. 	Lectura y Análisis de texto recomendado
17	Entiende y comprende la aplicación de la tecnología inalámbrica.	Nº17 Conociendo el Comercio Móvil	<p>COMERCIO MOVIL: EL NEGOCIO DEL MOMENTO.-</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnologías de Telefonía móvil <p>E-Mobile: Comercio Movil ¿Qué es el Comercio Móvil?, ¿Por qué la Tecnología inalámbrica? como se emplea la tecnología inalámbrica Protocolo de aplicación inalámbrica WAP. -GPRS -UMTS - 4G -Otras tecnologías Bluetooth, tecnología de radio permiten conectar ordenadores, teléfonos, etc. sin cable.</p>	Sustentación de su proyecto empresarial
18	Proceso de recuperación			



PERÚ

Ministerio de Educación



EST PRIVADO "De Inv. Industriales"

R.M. 0134 – 2006 - ED

V. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, se hará uso de la metodología activa. Los procedimientos Didácticos a emplearse son las siguientes:

- ✓ Clases Teóricas: Con exposición por parte del docente y la participación activa del alumno.
- ✓ Práctica: Se irán resolviendo casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas, según el tema teórico tratado.
- ✓ Asesoría: Se asesorará la resolución apropiada de los casos de estudio empresarial y/o Prácticas dirigidas.

VI. EVALUACIÓN

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo aprobatorio es trece (13). En todos los casos la
- Fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiante.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica,
- Obtenga nota desaprobatória entre diez (10) y doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de
- Recuperación programada.
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación obtuviera nota menor a trece (13), en una o más capacidades terminales de una Unidad Didáctica, desapueba la misma, por tanto repite la Unidad Didáctica.
- El estudiante que acumulara inasistencias injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica, será desaprobatado en forma automática, sin derecho a recuperación.

Obtención del promedio

$$PROM CT = \frac{CE 1 + CE 2 + \dots + CE n}{N}$$

PROM UD = Última Capacidad Terminal

CE = Criterio de Evaluación

CT = Capacidad Terminal

UD = Unidad Didáctica

VII. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS / DIGITALES

-Impresos y Digitales

- ANDERSON ROLPH. Administración de ventas. 3era Edición. (2000). Editorial Mc. Graw – Hill.
- BERTRAN, JOSEPH. Marketing internacional. 2da Edición. (2000). Editorial Gestión 2000.
- JOHNSON EUGENE. Administración de ventas. 2da Edición. (1999). Editorial Mc. Graw – Hill.
- EL LIBRO DEL COMERCIO ELECTRONICO. ESIC EDITORIAL. ISBN: 9788473566650 Nº Edición:1ª Año de edición:2010. Plaza edición: MADRID
- SANCHEZ DEL CASTILLO, VILMA- La publicidad en internet: régimen jurídico de las comunicaciones electrónicas. Editorial La Ley. Año de edición:2007 MADRID
- Material preparado por el docente

-Direcciones URL

- <http://es.wikipedia.org/wiki/DBA>
- <http://www.microsoft.com>
- <http://www.monografias.com>
- <http://www.aulafacil.com>
- <http://www.eumed.net>