

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 35844**Nom:** Gestió comercial i vendes**Cicle:** Grau**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2025-26**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
1313 - Grau en Administració i Direcció d'Empreses	Facultat d'Economia	4	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1313 - Grau en Administració i Direcció d'Empreses	Gestió de Marketing	OPTATIVA

COORDINACIÓ

KUSTER BOLUDA INES

RESUM

L'assignatura Gestió Comercial i Vendes posseeix caràcter optatiu i està prevista la seva docència en el primer semestre del quart curs del Grau en Administració i Direcció d'Empreses, dins de la Intensificació Curricular de Direcció Comercial, al costat de les matèries Distribució Comercial i Comunicació de Màrqueting. És per tant una assignatura d'especialització que es centra en que l'alumne aprofundeixi en l'àmbit de la direcció de vendes, tant des d'una perspectiva teòrica com pràctica. Certament aquesta eina del màrqueting ha estat tradicionalment infravalorada, i no obstant això el seu paper en l'empresa és clau. Els continguts de l'assignatura han estat estructurats en dos blocs relacionats entre si.

Així, a la primera part, "Introducció a la venda personal i a la direcció de vendes", es desenvolupa el concepte de la venda personal, que analitza i desenvolupa el concepte de relacions a llarg termini amb els clients estudiades des del marc teòric més ampli de la relació entre persones i la importància que té la comunicació com a element bàsic per al maneig del procés de relacions amb la clientela. Igualment s'estudien la comprensió estratègica del producte i del client com a elements bàsics, la informació ha de manejar el venedor des d'una formació molt completa dels mateixos. Se centra també l'atenció sobre l'enfocament relacional i l'ètica en les vendes.



La segona part, "La Direcció de Vendes", analitza la direcció del personal de vendes en la seva triple dimensió de l'elaboració del pla de vendes, la direcció de l'equip de venedors i el control del programa de vendes. El nucli central d'aquest segon bloc el constitueixen la política de selecció de venedors, els plans de formació dels equips de venda, la motivació del venedor i els seus sistemes de recompensa o remuneració, i el control de venedors.

CONEXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

-

Capacitat d'aprenentatge autònom.

Capacitat d'organització i planificació.

Capacitat de prendre decisions.

Capacitat per a crear relacions amb els clients per sobre de les situacions d'intercanvi.

Capacitat per a dirigir, formar i motivar un equip de vendes.

Capacitat per a identificar el client extern al qual es dirigirà l'organització.

Capacitat per a la resolució de problemes.

Capacitat per a planificar, organitzar, controlar i avaluar la posada en pràctica de les estratègies empresarials.

Capacitat per a prendre decisions en ambients de certitud i incertesa.

Capacitat per a treballar en equip.

Comprendre i valorar les característiques i la utilitat de les diferents estratègies empresarials, tant en el nivell competitiu com en el corporatiu.

Comprendre les claus de funcionament del mercat i els efectes de les seues diferents estructures.

Compromís amb l'ètica i la responsabilitat social.

Comunicació oral i escrita en la llengua nativa.



Creativitat.

Motivació per la qualitat.

Relacionar els diferents elements que interactuen en les decisions dels individus.

Saber plantejar objectius i estratègies en els diferents nivells de l'organització, i valorar les implicacions i necessitats per a la seua consecució.

Saber realitzar diagnòstics estratègics en entorns complexos i incerts, utilitzant les metodologies adequades per a resoldre'ls.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Aproximació al camp de la venda personal i de la direcció de vendes: l'ètica

2. La venda personal des del prisma relacional

3. Inici de la relació

4. Desenvolupament de la relació

5. Manteniment i expansió de la relació

6. Planificació i organització de la força de vendes

7. La selecció de venedors

8. La formació de l'equip de vendes



9. Motivació i remuneració

10. Evaluació i control de la funció de vendes i del vendor individual

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	30,00
Pràctiques a l'aula	30,00
Total hores	60,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	9,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	44,00
Estudi i treball autònom	0,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	35,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	88,00

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia docent a desenvolupar en l'assignatura de Gestió Comercial i Vendes ha de contribuir a assolir eficaçment els objectius formatius, destreses, competències i habilitats socials. En aquest sentit, la metodologia en les classes teòriques es basa principalment en les explicacions del professor i en l'estudi d'algun dels manuals bàsics que es recullen a la bibliografia. A més, serà necessària la lectura de determinats continguts recollits en les lectures que apareixen en cadascun dels temes. Per la seva banda, en les classes pràctiques es requereix una activa participació de l'estudiant, que sota la direcció del professor desenvoluparà exercicis i aplicacions sobre el contingut de l'assignatura. A continuació s'explica amb més detall la metodologia a emprar en les dues classes així com els recursos docents proposats.

AVALUACIÓ

La matèria s'avaluarà tant a través de proves (d'assaig, objectives i orals) com a través de tècniques d'observació. Les proves consistiran en treballs a presentar al llarg del curs i exàmens (amb preguntes d'assaig i / o objectives), així com la presentació oral dels treballs o pràctiques realitzades. Les tècniques d'observació permetran avaluar la capacitat de l'estudiant per treballar en equip, argumentar i defensar



idees, així com les actituds d'acord amb criteris d'equitat, igualtat i respecte dels drets humans. Adicionalment, es podrà demanar a l'estudiant que participe en seminaris, conferències, jornades, etc. fora de l'aula.

Per aprovar l'assignatura cal superar (5 sobre 10) les dues parts de l'avaluació (prova escrita i avaluació contínua). En cas de no superar alguna de les parts, no es calcularà la nota mitjana i la nota final de l'assignatura serà la de la part no superada. Per a la segona convocatòria es guardarà la nota de la part superada.

Prova escrita: 60% de la nota final de l'assignatura. És recuperable a la segona convocatòria.

Avaluació contínua: 40% de la nota final de l'assignatura. És NO recuperable en la primera convocatòria. Per ser aprovada en la segona convocatòria s'haurà de superar un examen de tipus pràctic, a més d'haver lliurat la resolució dels casos pràctics indicats pel professor per a la segona convocatòria.

Ús d'Intel·ligència Artificial: Declaració de política d'ús de la Intel·ligència Artificial: s'encoratja als estudiants del curs de Gestió Comercial i Vendes a utilitzar de manera responsable les eines d'intel·ligència artificial (*IA) per a l'anàlisi i la investigació de la informació, mantenint la integritat acadèmica i complint amb els estàndards ètics i legals. De manera més concreta,

Atén les regles i els límits que el professorat defineixi per fer qualsevol prova o lliurament d'avaluació.

Fes referència sempre a les eines d'IA que hagi utilitzat per fer treballs o exercicis i cita totes les fonts de les quals aquí tens la manera adequada de citar ChatGPT en estil APA, per exemple:

Cita directa: ... (OpenAI, 2023)

Cita indirecta: OpenAI (2023)

Referència: Autor del model (Any). Nom del model (versió) [Descripció del model]. URL OpenAI (2023). ChatGPT (M

Roman alerta i vigila els biaixos que l'ús de la IA generativa pot tenir, per exemple, en matèria d'igualtat de gènere,

Evita proporcionar a la IA generativa informació personal o sensible, que us serveixi per aprendre i retroalimentar

No copiïs literalment els textos que et proporcioni la IA, perquè utilitzar els textos generats pel sistema de manera

BIBLIOGRAFIA

- Román, S. y Küster, I. (2014). "Gestión de la venta personal y de equipos comerciales". Madrid: Paraninfo
- Hunt, C. S.; Ditz, G.; Hansen, J.D. (2023): Ventas profesionales. Porque todos somos vendedores. McGraw Hill Interamericana de España.