

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales		
Asignatura:	Políticas Retributivas a Vendedores		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	4	Código:	7661
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Dirección Comercial y de Ventas		
Módulo:	Marketing y Comercial		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

Equipo Docente	Correo Electrónico
José Luis González Castaño	jl.gonzalez@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El objetivo general de esta asignatura es que el alumno conozca el diseño de políticas retributivas a los vendedores de una empresa, donde la productividad constituye un elemento integrador, diferenciador y de generación de valor. También permitirá al alumno a definir un plan de retribución a los vendedores por el desempeño laboral alcanzado, así como, estimularlo para lograr los objetivos fijados con la empresa.

OBJETIVO

Que el alumno domine las principales características del diseño de una política de retribución para la fuerza de ventas y su viabilidad y posible implantación.

CONTENIDOS

1. bases de la política retributiva de la fuerza de ventas
 - 1.1 su modelo estratégico
 - 1.2 las políticas de RR.HH.
2. modelos de políticas retributivas para la fuerza de ventas
 - 2.1 mix de composición y sus diferentes variables
- 3 Principales tendencias de los sistemas de retribución a la fuerza de ventas

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Básicamente, la metodología utilizada consistirá en una combinación de 3 tipos de clase:

- Lección magistral por parte del profesor en aquellos temas en los que sea preciso.
- Flipped Classroom, en las que los alumnos deberán elaborar diferentes temas del programa.
- Aprendizaje basado en Proyectos: los alumnos deberán realizar en grupo y a lo largo de las clases diversos casos prácticos planteados por el profesor.

No obstante, las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas
clases 20 tutorías 5 evaluación 5 30h	

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información pero principalmente de empresas y mercados, provenientes de fuentes diversas.

Capacidad para trabajar en un equipo de carácter interdisciplinar.

Competencias específicas

Describir y ejercitar el contenido y proceder de las herramientas del trabajo universitario: comentario de texto, análisis, síntesis y elaboración de un trabajo de investigación, desarrollando de esta manera hábitos de pensamiento riguroso.

Ser capaz de aplicar los conocimientos a la práctica.

Saber establecer una política retributiva y de incentivos para el equipo de ventas que le motive y le oriente hacia el logro de los objetivos comerciales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno diseña e implementa una política retributiva

El alumno desarrolla su capacidad para buscar ,seleccionar y analizar la información del mercado.

El alumno comprende la función estratégica de la retribución en la política de RRHH de la empresa.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Se establecen los siguientes criterios de evaluación:

Alumnos que asisten con normalidad a clase:

Sistema de Evaluación Continua, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Realización de Exámenes, Parcial y Final, 50%.

-- Elaboración de trabajos y actividades concretas solicitadas por el profesor: 30%

- Asistencia y participación en clase: 20%.

Para aprobar la asignatura es necesario que las notas obtenidas en el Examen sea superior a 5.

Alumnos con dispensa académica que no puedan acudir a clase de forma justificada y alumnos UFV en estancia de intercambio, tanto en Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Mismo sistema, pero el 20% de Asistencia y Participación en clase se añadirá al examen final.

- En el caso de alumnos en estancia de intercambio, será su responsabilidad informarse sobre el procedimiento de evaluación.

Alumnos en posteriores convocatorias.

- Su evaluación se realizará siguiendo los mismo parámetros que los alumnos con dispensa académica.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, pudiendo ser modificados con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias.

Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

Se requiere una asistencia mínima del 80% de las clases para poder acogerse a Evaluación Continua.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa. Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.”

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de UFV.

En el caso de que las recomendaciones de las autoridades sanitarias obliguen a un sistema de docencia en remoto, el procedimiento de evaluación y peso de los distintos factores se mantendrá.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Dr. D. Ignacio Temiño. Dirección y Organización comercial y de Ventas. Edit. ESIC

Sistemas de retribución de fuerzas de ventas. Edit.confemetal

Dr. D. Temiño Aguirre, Ignacio, Dr. D. Puebla Sánchez Inmaculada, D. Solá Menendez Francisco, "El Plan de Empresa. La creación de Empresas y el Emprendimiento". Editorial UFV. Año 2014.

I.Puebla, "Gamification as a Systemic Tool". II International Congress América-Europa, Europa-América. Villanueva de los Infantes June 28th – July 2nd, 2017.

I. Puebla, A. Torres, JM Pelaéz, R. Ayestarán. "GAMIFICATION AS A COMPREHENSIVE TRAINING TOOL: "SERIOUS GAME UFV" ENTREPRENEURIAL EXPERIENCE, Barcelona, EDULEARN17 July 2nd-5th, 2017.

A. Torres, I. Puebla, JM Pelaéz, R. Ayestarán. "La Gamificación como herramienta transversal de formación integral. Una experiencia de Emprendimiento. Badajoz, X Jornadas de Docencia en Economía. 31 mayo - 1 de Junio 2018.

Complementaria

Gestión de fuerzas de ventas y equipos comerciales . edit. Certia

Paginas web de simuladores empresariales y del Centro de Simulación
Empresarial:[tps://www.ufvbusinessu.es/cse](https://www.ufvbusinessu.es/cse)

Herramientas de gestión empresarial punteras en el mercado: CRM, ERP, RRHH, Finanzas....