

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias Económicas 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
María Inmaculada Puebla Sánchez	i.puebla.prof@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

El esquema de trabajo usual consta:  
-exposición del tema por parte del profesor  
-estudio de casos reales del mercado  
-estudio teórico individual  
-desarrollo de casos prácticos de aplicación individual y/o de grupo de trabajo

## 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 sabe diseñar e implementar 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:

A.- Alumnos que asisten con normalidad a clase:

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

-Ejercicios individuales / grupo y actividades en el aula virtual: 20%

- Asistencia y participación en clase: 10% (Para que cuente el concepto de "Asistencia y Participación en clase" y hacer la media con el resto de conceptos, esta no deberá ser inferior al 80%)

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

- Mismo sistema, pero en este caso el 10% correspondiente a asistencia y participación se añadirá al examen final.

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

C.- Alumnos en primera o segunda convocatoria que no asistan a clase y no puedan acogerse a evaluación continua:

- La nota se calculará con ejercicios Individuales, resolución de ejercicios y prácticas, y Examen Final.

D.- Alumnos en posteriores convocatorias:

- Si acuden normalmente a clase podrán acogerse al Sistema de Evaluación Continua. Caso contrario, la nota se calculará en base a los trabajos y resolución de ejercicios, y Examen Final.

Por tanto, el sistema de evaluación previsto para la asignatura, pretende ser lo más claro y representativo de lo que el profesor va a aplicar durante el curso. Se valorará la obtención de los conocimientos al final del cuatrimestre demostrando en la realización de un examen escrito que el profesor planteará.

Además, el profesor valorará el trabajo desarrollado por el alumno, la dedicación, actitud, asistencia, participación

en clase, resolución de ejercicios tanto en el aula como en casa.

A modo de concreción, se resume de la forma siguiente:

1.Examen al final del cuatrimestre:

En todos los casos el examen que realizará el alumno supondrá el 70% de la nota final.

2.Resolución de ejercicios y parte práctica:

La realización de los ejercicios y casos prácticos planteados por el profesor, supondrá un 20% de la nota final.

3.Asistencia y participación:

10% de la nota final. El alumno deberá asistir a las clases expositivas y prácticas planteadas al menos un 80% de las mismas.

Todo alumno podrá conocer en la revisión de notas, la puntuación obtenida en cada uno de los componentes de la nota.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación de los Grados de Administración y Dirección de Empresas y Marketing.

## **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.

### **Complementaria**

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