



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN VENTAS Y DIRECCIÓN COMERCIAL

GUÍA DOCENTE GESTIÓN DE RECURSOS DE VENTA 2018-19

DATOS GENERALES

ASIGNATURA:	GESTIÓN DE RECURSOS DE VENTA
CÓDIGO:	
CRÉDITOS (ECTS):	
PROFESOR COORDINADOR:	Ignacio Barriendos
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:	23/11/2018

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

Siendo la contratación y gestión de equipos de venta un área tan conflictiva y relevante para el correcto desarrollo y rendimiento de las empresas, la asignatura dota a los participantes de métodos que permiten ser efectivos a la hora de contratar. Además, muestra a los participantes la manera de configurar sus empresas para atraer y retener el talento que precisan, uno de los problemas más crecientes en el mundo de las organizaciones hoy en día.

2 OBJETIVOS

Al finalizar el módulo el alumno será capaz de:

- Conocer el impacto de la selección en la cuenta de resultados.
- Descubrir las claves para identificar y seleccionar a los vendedores ideales para nuestra organización.
- Sacar el máximo partido a los distintos proveedores de selección de personal.
- Comprender y desarrollar una estrategia de atracción y retención (Employer Branding).

3 CONTENIDOS

TEMA 1: IMPACTO DE LA SELECCIÓN EN LA CUENTA DE RESULTADOS

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Cuantificar los resultados de una mala selección

- Concebir con claridad la importancia estratégica de la selección de personal

Contenido

- 1.1 ¿Qué es la selección de personal?
- 1.2 ¿Qué coste tiene equivocarnos?
- 1.3 ¿Qué provoca una buena gestión de la selección?
- 1.4 ¿Cómo será en el futuro?
- 1.5 ¿Qué se espera de nuestros vendedores?

TEMA 2: 5 ASPECTOS CLAVE PARA ASEGURAR CALIDAD EN LA SELECCIÓN

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Confirmar la importancia de la estrategia de selección de la empresa.
- Tener claras los perfiles que tiene un buen vendedor hoy en día.
- Convertir el proceso en un método claro.
- Analizar y entrevistar correctamente.
- Confirmar una buena selección.

Contenido

- 2.1 ¿Puede fracasar un buen vendedor?
- 2.1 ¿Qué buscamos?
- 2.1 ¿Por dónde empezamos?
- 2.1 Screening and Interview
- 2.1 Últimos pasos

TEMA 3: CÓMO SELECCIONAR Y GESTIONAR BUENOS PROVEEDORES DE SELECCIÓN

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Sacar el máximo partido a las empresas proveedoras de servicios de selección.

Contenido

- 3.1 Tipos de proveedores
- 3.2 Claves de cada tipo de proveedor

TEMA 4: EMPLOYER BRANDING

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir una estrategia de atracción y retención del talento acorde a sus posibilidades.

Contenido

- 4.1 ¿Qué es el EB?
- 4.2 Estrategia EB
- 4.3 Claves y Ciclo EB
- 4.4 ¿Cómo mido la Satisfacción de mis empleados?
- 4.5 Resumen

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología de enseñanza y aprendizaje de desarrolla a partir de breves explicaciones teóricas que introducen ejemplos y casos que facilitan la aplicación inmediata al puesto de trabajo, de los contenidos tratados en cada tema. El despliegue del modelo “learning by doing” basado en la capacitación experiencial, permite al participante obtener aprendizajes orientados a la acción. Ello se lleva a cabo a través de la participación en clase y el intercambio de experiencias entre los asistentes, así como a través de ejercicios y dinámicas de diverso impacto. Dicho enfoque promueve el análisis y resolución de los contenidos de los que constan las materias, teniendo en cuenta las diferentes ópticas y perspectivas, convirtiéndose ésta en una fórmula altamente didáctica para la comprensión y asimilación de cada una de las temáticas.

5 EVALUACIÓN

Sistema de evaluación:

En un modelo de aprendizaje basado en competencias, evaluar significa valorar el progreso del estudiante en la consecución de los objetivos propuestos. La evaluación debe abarcar todas las competencias programadas en el programa de estudios y debe basarse en criterios bien fundamentados y suficientemente transparentes y públicos. Tiene que haber una relación coherente entre los objetivos formativos, las actividades planificadas y los criterios de evaluación.

- La calificación final de la materia se calculará haciendo la media aritmética de las notas obtenidas en los diferentes casos prácticos, ejercicios y/o presentación de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente. Realización de un Business Case en el que se evidencien los conocimientos adquiridos.

6 BIBLIOGRAFÍA

Horowitz, B. (2014) *The hard thing about hard things: Building a Business When There Are No Easy Answers*. Harperbusiness. ISBN 9780062273208

Jiménez, A. & Gómez, S. (2015) *Kellogg: un modelo de Employer Branding*. HD Marketing y Ventas, Deusto.