



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

GUÍA DOCENTE DE GESTIÓN DE RECURSOS DE VENTA [2020-21]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	Gestión de Recursos de Venta
Curso:	2020-2021 Segundo cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Dirección Comercial y Ventas
Número de créditos (ECTS):	2
Fecha de la última revisión:	Enero de 2021
Profesor Responsable:	Prof. Ignacio Barriendos

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Siendo la contratación y la gestión de equipos de venta un área tan conflictiva y relevante para el correcto desarrollo y rendimiento de las empresas, la asignatura dota al alumnado de métodos que permiten ser efectivos a la hora de contratar. Además, muestra 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

- 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

TEMA 2. Cinco aspectos clave para asegurar calidad en la selección

TEMA 3. Cómo seleccionar y gestionar buenos proveedores de selección

TEMA 4. Employer Branding

TEMA 1. Impacto de la selección en la cuenta de resultados

Resultados del aprendizaje

El alumnado, una vez expuesto en clase y trabajado este tema, será capaz de:

- Cuantificar los resultados de una mala selección.
- Concebir con claridad la importancia estratégica de la selección de personal.

Contenido

1. ¿Qué es la selección de personal?
2. ¿Qué coste tiene equivocarnos?
3. ¿Qué provoca una buena gestión de la selección?
4. ¿Cómo será en el futuro?
5. ¿Qué se espera de nuestros vendedores?

TEMA 2. Cinco aspectos clave para asegurar calidad en la selección

Resultados del aprendizaje

El alumnado, 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

1. ¿Puede fracasar un buen vendedor?
2. ¿Qué buscamos?
3. ¿Por dónde empezamos?
4. *Screening, interview.*
5. Últimos pasos

TEMA 3. Cómo seleccionar y gestionar buenos proveedores de selección

Resultado del aprendizaje

El alumnado, 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

1. Tipos de proveedores.
2. Claves de cada tipo de proveedor.

TEMA 4. Employer Branding

Resultado del aprendizaje

El alumnado, 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

1. ¿Qué es el EB?
2. Estrategia EB.
3. Claves y ciclo EB.
4. ¿Cómo mido la satisfacción de mis empleados?
5. Resumen.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología de enseñanza y aprendizaje se desarrolla a partir de breves explicaciones teóricas que introducen ejemplos y casos que facilitan la aplicación inmediata de los contenidos tratados en cada tema al puesto de trabajo. El despliegue del modelo Learning by doing, basado en la capacitación experiencial, permite 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

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del alumnado en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. La calificación final 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. Así pues se realizará un Business Case en el que se evidenciará los conocimientos adquiridos.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Horowitz, Ben. *The hard thing about hard things: building a business when there are no easy answers*. New York: Harper Business, 2014. ISBN 9780062273208.
- Jiménez, Alfonso; Gómez, Susana. Kellogg: un modelo de Employer Branding. *HD Marketing y Ventas*. Bilbao: Deusto, 2015, núm. 106, p. 44-52. ISSN 1133-7672.