



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## **POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS**

# **GUÍA DOCENTE DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE VENTAS [2022-23]**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre del módulo:</b>	GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE VENTAS
<b>Curso:</b>	2022-2023   Segundo cuatrimestre
<b>Titulación:</b>	Posgrado en Dirección Comercial y Ventas
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	2
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Enero de 2023
<b>Profesor Responsable:</b>	Prof. <sup>a</sup> Judith Català

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Siendo la contratación y la gestión de equipos de venta un área tan crítica 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 analizar, evaluar, decidir y 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 y características que necesitamos en 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

- Adams, Brien, and Marshall, Charlotte: *"Give & Get Employer Branding: Repel the Many and Compel the Few with Impact, Purpose and Belonging"*. Houndstooth Press, 2020. ISBN: 978-1544507064
- De la Peña González, Maria. *"Harketing: el nuevo rol de HR y claves para gestionar personas y organizaciones en la era digital"*. Independently published, 2021. ISBN: 979-8787664485
- Evans, Richard. *"The Talent Magnet: Employer Branding & Recruitment Marketing Strategies to Attract Millennial Talent"*. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. ISBN: 978-1535120593
- 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.
- Marcet, Xavier. *"Crece haciendo crecer"*. Barcelona: Plataforma Editorial, 2021. ISBN: 978-8418285639
- Marcet, Xavier. *"Management Humanista: la Estrategia son las Personas"*. Barcelona: Plataforma Editorial, 2023. ISBN: 978-8419655097