



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

GUÍA DOCENTE DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE VENTAS

[2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	GESTIÓN DE LOS RECURSOS DE VENTAS
Curso:	2023-2024 Segundo cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Dirección Comercial y Ventas
Número de créditos (ECTS):	3
Fecha de la última revisión:	Junio de 2023
Profesor Responsable:	Judith Català Pratdesava Noelia Hurtado Soriano

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, el Módulo I de 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.

Crear un equipo de trabajo capaz de alcanzar los objetivos establecidos por una organización no sólo consiste en reunir a personas con las capacidades y conocimientos individuales necesarios. Este es sólo el primer paso. Es cuando una empresa consigue convertir a esos grupos en equipos cohesionados de alto rendimiento cuando se llega al máximo nivel de resultados en la empresa.

Y es en ese punto, en el que el Módulo II, mediante el concepto de “Team Building”, ayuda de manera fundamental porque crea lazos estrechos entre los compañeros de trabajo, fomenta la comunicación interpersonal de calidad, fortalece la cultura corporativa y, en definitiva, mejora el clima laboral. Y todo esto se traduce, finalmente, en un incremento del compromiso de las personas y de la productividad empresarial.

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).
- Saber cómo ayudar a los equipos de trabajo a que estén alineados con los objetivos de la organización en la que colaboran.
- Mostrar a los alumnos cómo aumentar la empatía entre los miembros de los equipos de trabajo mejorando la comunicación y las relaciones interpersonales.
- Facilitar herramientas a los participantes para que sepan cómo aumentar la motivación y la actitud positiva de los equipos.

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 5. OBJETIVOS Y SENTIDO DE LAS ACCIONES DE TEAM BUILDING

TEMA 6. ELEMENTOS CLAVE EN LAS SESIONES DE TEAM BUILDING

TEMA 7. DINÁMICAS GRUPALES

TEMA 8. EL ROL DE DINAMIZACIÓN

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.

TEMA 5. OBJETIVOS Y SENTIDO DE LAS ACCIONES DE TEAM BUILDING

Resultado del aprendizaje

Una vez leído este capítulo y realizados los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Definir los objetivos que pueden regir las acciones de Team Building.
- Estructurar las actividades de Team Building de forma coherente.

Contenido

1. Objetivos primarios y secundarios en el Team Building.
2. Estructura de la jornada: emoción - cuerpo - mente.
3. Vinculación de la persona con el proyecto.

TEMA 6. ELEMENTOS CLAVE EN LAS SESIONES DE TEAM BUILDING

Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diseñar actividades con las que trabajar el principio de pertenencia, que facilita que las personas se vinculen con la organización.
- Diseñar actividades con las que trabajar el principio de desequilibrio, factor clave para evitar la desmotivación.
- Diseñar la forma de trabajar en el principio de orden, que ayuda a que la persona eleve el conocimiento acerca de la función que desarrolla y su objetivo.

Contenido

1. Principios básicos: pertenencia, equilibrio y orden y cómo trabajarlos de forma lúdica.

TEMA 7. DINÁMICAS GRUPALES

Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer y utilizar diferentes dinámicas grupales según los objetivos que se quieran tratar y el número de personas que participen.

Contenido

1. Dinámicas grupales.

TEMA 8. EL ROL DE DINAMIZACIÓN

Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Conocer la función principal del dinamizador durante una actividad de Team Building.
- Saber dinamizar la actividad de Team Building.

Contenido

1. Características de la persona que dinamiza.
2. Qué debe realizar el dinamizador y qué no debe realizar.

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. *"Crecer 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
- Gordon, Jon. *El poder de un equipo positivo*, Editorial Empresa Activa, 2019, ISBN 9788416997077
- Maxwell, John C. *Las 17 cualidades esenciales de un jugador de equipo*, Editorial Grupo Nelson, 2019, ISBN 9780881137378
- Maxwell, John C. *Las 17 leyes incuestionables del trabajo en equipo*, Editorial Grupo Nelson, 2019, ISBN 9780881137392

6.2 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Coyle, Daniel, *Cuando las arañas tejen juntas pueden atar a un león*, Editorial Conecta, 2018, ISBN 9788416883172
- Randolph, Alan; Blanchard, Kenneth; Grazier, Peter, *Todos a una: Tres pasos clave para crear un equipo de alto nivel*, Editorial Alienta, 2007, ISBN 9788493485948
- Von Smercek, Boris, *Un seminario en la jungla*, Editorial Empresa Activa, 2003, ISBN 9788495787415