



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS

GUÍA DOCENTE DE TRABAJO DE FIN DE POSGRADO

[2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre del módulo:	TRABAJO DE FIN DE POSGRADO
Curso:	2023-2024 Segundo cuatrimestre
Titulación:	Posgrado en Dirección Comercial y Ventas
Número de créditos (ECTS):	5
Fecha de la última revisión:	Junio de 2023
Profesor Responsable:	Ricardo Aguirreche Rodriguez

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El desarrollo del Trabajo de Fin de Posgrado (TFP) consiste en el desarrollo de un proyecto real que incorpore las asignaturas del posgrado aplicadas de manera transversal. El estudiante/a debe ser capaz de aplicar los diferentes conocimientos y herramientas utilizadas en el programa, así como desarrollar las habilidades de liderazgo, comunicación, creatividad y el trabajo en equipo para el cumplimiento de los objetivos.

El TFP podrá ser realizado en equipo de hasta tres integrantes y tutorizado durante todo el proceso por un profesor experto en la materia.

El TFP se presentará y defenderá ante un tribunal.

2. OBJETIVOS

- Destacar la importancia de una correcta gestión de las oportunidades comerciales en el éxito de una empresa.
- Estructurar las fases habituales de un proceso de compraventa y los aspectos claves sobre los que se ha de incidir en cada uno de ellos.
- Desarrollar la capacidad de influir en las decisiones de compra de los clientes.
- Fomentar las habilidades de comunicación y presentación de propuestas de valor a los equipos decisores del cliente.

3. CONTENIDOS

TEMA1. ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA DE VALOR

TEMA 2. PROPUESTA DE VALOR BASADA EN DATOS

TEMA 3. EL ROI (RETORNO DE LA INVERSIÓN)

TEMA 4. PLANIFICACIÓN DE LOS PASOS SIGUIENTES

TEMA 5. CÓMO PRESENTAR UNA PROPUESTA DE VALOR CONVINCENTE.

TEMA 1. ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA DE VALOR

Resultados del aprendizaje

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

- Secuenciar correctamente las fases de la Propuesta.
- Estructurar un documento formal y sintetizarlo en una presentación ejecutiva.
- Utilizar eficientemente las distintas herramientas y metodologías aplicables.

Contenido

1. Fases de una Propuesta de Valor.
2. Plantilla base para una presentación ejecutiva.

TEMA 2. PROPUESTA DE VALOR BASADA EN DATOS

Resultados del aprendizaje

El alumnado, después de asimilar la información expuesta, será capaz de:

- Ordenar secuencialmente la información obtenida en las distintas actividades realizadas durante el Proceso de Venta.
- Relacionar Necesidades, Causas, Implicaciones, Requisitos y Beneficios.

Contenido

1. Ordenar y relacionar información y datos.
2. Análisis de Datos.
3. Filtros.

TEMA 3. EL ROI (RETORNO DE LA INVERSIÓN)

Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de entender los conceptos tratados, será capaz de:

- Junto con el Cliente, calcular los números que justifican la inversión propuesta.

Contenido

1. Componentes de un ROI.
2. Inversión y Retorno acumulados.
4. Gráfica de ROI.

TEMA 4. PLANIFICACIÓN DE LOS PASOS SIGUIENTES

Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de tratar los conceptos del tema, será capaz de:

- Definir los pasos siguientes hasta el cierre formal de la compraventa.
- Establecer el ámbito de la ulterior negociación.
- Proponer pasos siguientes con garantía de aceptación.

Contenido

1. De la Propuesta de Valor al cierre.
2. El plan de implantación.
3. Pasos siguientes aceptables.

TEMA 5. CÓMO PRESENTAR UNA PROPUESTA DE VALOR CONVINCENTE

Resultado del aprendizaje

El alumnado, tras la exposición del tema, será capaz de:

- Hacer propuestas que expongan el valor de las mismas en términos del negocio del cliente.
- Presentar adecuadamente las mismas.
- Justificar el retorno de la inversión propuesta.
- Diferenciarse de la competencia.
- Caminar con éxito hacia el cierre.

Contenido

1. Características de una presentación convincente.
2. El cómo importa: habilidades de Comunicación.

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 consten 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 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.

Esta asignatura pretende sintetizar en un documento formal y una presentación ejecutiva ante el equipo decisor de un cliente el recorrido de una oportunidad de negocio mutuo desde los primeros contactos hasta la Propuesta de Valor basada en un Business Case. Se utilizará el Caso Práctico desarrollado a lo largo de todo el Postgrado. El resultado constará de dos entregables:

1. Propuesta formal en documento de texto.
2. Propuesta expositiva en formato Powerpoint o similar.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Dixon, Matthew; Adamson, Brent. *The challenger sale: taking control of the customer conversation*. New York: Portfolio, 2011. ISBN 9781591844358.
- Rackham, Neil. *Spin selling*. New York: McGraw-Hill, 1988. ISBN 9780070511132.