



UNIVERSITAT DE LLEIDA  
FACULTAT DE DRET I ECONOMIA

PLA 1993

---

**ENSENYAMENT: CIÈNCIES EMPRESARIALS**

---

**ASSIGNATURA: Direcció Comercial II (codi 3014)**

---

**PROFESSOR/A: Eduard Cristóbal Fransi**

---

**CRÈDITS: 3**

**TIPUS: Troncal**

**CURS: 2n**

**QUADRIMESTRE: 2n**

---

### **OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA**

Amb aquesta assignatura analitzarem les diferents tècniques de venda i negociació.

Per l'estudi dels continguts de l'assignatura el programa s'inicia amb l'aproximació al venedor (personalitat, funcions que ha de complir, característiques...), introduint-nos dins de les capacitats necessàries per a la venda, passant per l'anàlisi del funcionament d'una entrevista i les seves fases, i finalitzant en la planificació comercial, per assolir així una visió més global.

L'objectiu de l'assignatura és apropar a l'alumne al complex món comercial des d'una perspectiva actual. També es desenvoluparà conceptes específics del camp comercial sense oblidar proporcionar exemples d'empresa.

El programa consta de 7 temes. S'utilitzaran en alguna sessió casos de vídeo i intervencions per part de professionals i experts de la venda on es motivarà a l'alumne a participar a classe.

### **AVALUACIÓ DE L'ASSIGNATURA**

El curs de Direcció Comercial II (Tècniques de Venda) serà avaluat mitjançant un examen final al Juny i un altre al Setembre (pels alumnes que hagin suspès o no s'hagin presentat al mes de Juny). La nota que permet superar l'examen serà de **cinc** o més punts sobre deu. També es tindrà en consideració l'assistència i la participació a classe per part de l'alumnat.

A l'examen només es podrà portar el bolígraf i la calculadora.

## **PROGRAMA de L'ASSIGNATURA**

### **1. LA VENDA**

- 1.1. CONCEPTE DE VENDA
- 1.2. LA UBICACIÓ DE LA VENDA A L' EMPRESA
- 1.3. LES TEORIES DE LA VENDA

### **2. EL PERFIL DEL VENEDOR**

- 2.1. LA IMATGE DEL VENEDOR
- 2.2. LES FUNCIONS DEL VENEDOR
- 2.3. LA PERSONALITAT DEL VENEDOR
- 2.4. ELS REQUISITS DEL VENEDOR
- 2.5. ELS ROLS DEL VENEDOR
- 2.6. FACTORS QUE INTERVENEN A LA VENDA

### **3. CAPACITATS PER AL DESENVOLUPAMENT DE LES SEVES ACTIVITATS**

- 3.1. LA MOTIVACIÓ
- 3.2. EL CONEIXEMENT DEL PRODUCTE
- 3.3. DESTRESA
- 3.4. TIPOLOGIA DELS CLIENTS

### **4. ESQUEMA D'ACCIÓ DE VENDES**

- 4.1. INTERACCIÓ CLIENT-VENEDOR
- 4.2. CONDUCCIÓ D'UNA ENTREVISTA: LES SEVES FASES
- 4.3. DIFERENTS TIPUS DE VISITA

### **5. VENDA PER TELÈFON**

- 5.1. CONCEPTE DE VENDA PER TELÈFON
- 5.2. FASES DE LA VENDA PER TELÈFON

### **6. OBJECTIUS I FUNCIONS ESPECÍFIQUES DEL VENEDOR**

- 6.1. ORGANITZACIÓ DEL TREBALL
- 6.2. ORGANITZACIÓ DEL TEMPS
- 6.3. ORGANITZACIÓ DE LES VISITES

### **7. PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA COMERCIAL**

- 7.1. ORGANIGRAMES DE PLANIFICACIÓ
- 7.2. ORGANITZACIÓ DE LES DIFERENTS ZONES DE VENDA
- 7.3. ANÀLISI DE MERCAT

## **BIBLIOGRAFIA BÀSICA**

### **STRAFFORD J.**

LA DIRECCIÓN DE VENTAS  
DEUSTO

### **RATAUD P.**

TÉCNICAS DE VENTA  
DEUSTO

### **ADES L.J**

EL VENDEDOR PROFESIONAL  
DEUSTO

### **F.A. RUSSELL**

VENTAS: MANUAL PRÁCTICO  
MC GRAW HILL

## **BIBLIGRAFIA COMPLEMENTÀRIA**

### **LIDSTONE J.**

LOS ARGUMENTOS DE VENTA  
DEUSTO

### **MANDINO, OG**

EL VENDEDOR MÁS GRANDE DEL MUNDO  
GRIJALBO

### **STAN KOSSEN**

LA VENTA CREATIVA  
DÍAZ DE SANTOS

### **PEÑA BAZTÁN, M**

LA PSICOLOGÍA Y LA EMPRESA  
COLECCIÓN ESADE. HISPANO EUROPEA.

### **MERET J.F.**

LA REMUNERACIÓN DE VENEDORES  
DEUSTO

### **ROZÉS G.**

TODO LO QUE DEBE SABER PARA VENDER MÁS  
DEUSTO

### **CHRIS DE WINTER**

VENTA POR TELÉFONO  
PIRÁMIDE