|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **1** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Mercadeo | |  |
| **Prueba**: Gestión Comercial y Ventas | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Explica la relación entre ventas y marketing  Reconoce el papel que desempeñan las técnicas de ventas durante el proceso de ventas.  Explica la función de la administración de ventas  Explica el concepto de formulación de un plan de gestión comercial y de ventas  Explica el concepto de implementación de un plan de gestión comercial y de ventas.  Explica el perfil del gerente de ventas para el siglo XXI  Explica el concepto de evaluación y control de un plan de gestión comercial y de ventas. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La empresa SGH con más de 25 años en el mercado, ha empezado a perder ventas debido a que varios de sus clientes se han desplazado hacia nuevos competidores que ingresaron con productos más novedosos. Para recuperar sus compradores. | | |
| **ENUNCIADO**:  ¿Qué orientación de negocios le sugeriría usted seguir a SGH? | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Orientación a la producción.  b. Orientación al servicio  c. Orientación al Marketing.  d. Orientación a las ventas. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque se enfoca en las necesidades de la empresa en lugar de las necesidades y deseos del consumidor. | | |
| Por qué NO es b: porque se refiere al servicio como elemento unitario, cuya enunciación no se relaciona con nada estratégico, dentro de la labor del Servicio al Cliente. | | |
| Por qué NO es d: porque se basa en que las personas compraran más productos, utilizando técnicas de ventas agresivas sin tener en cuenta sus necesidades. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es c porque significa enfocarse en los deseos y necesidades de los consumidores, entender su comportamiento para anticiparse a sus cambios y satisfacerlos agregándoles valor. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **2** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Mercadeo | |  |
| **Prueba**: Gestión Comercial y Ventas | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Explica la relación entre ventas y marketing  Reconoce el papel que desempeñan las técnicas de ventas durante el proceso de ventas.  Explica la función de la administración de ventas  Explica el concepto de formulación de un plan de gestión comercial y de ventas  Explica el concepto de implementación de un plan de gestión comercial y de ventas.  Explica el perfil del gerente de ventas para el siglo XXI  Explica el concepto de evaluación y control de un plan de gestión comercial y de ventas. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La compañía multinacional M&S es una organización de origen coreano que pertenece al sector primario de la economía, y ha recibido una oferta para invertir en una empresa colombiana del mismo sector que dentro de sus fortalezas presenta un adecuado control de las variables de su microentorno. Antes de que la compañía coreana tome una decisión, ¿Qué variables del macroentorno considera usted también se deberían analizar? | | |
| **ENUNCIADO**:  Si una organización necesita analizar algunas variables o fuerzas externas que la afecten (Macroentorno) debería considerar: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. La logística, los proveedores, los distribuidores, y los tratados de libre comercio.  b. La cultura Organizacional, la competencia, las leyes y los clientes.  c. La demografía, la cultura, la política y los recursos naturales.  d. Los intermediarios de marketing, el ingreso per cápita de sus clientes, la economía y la tecnología. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque incluye la logística, distribuidores y proveedores que son variables del microentorno. | | |
| Por qué NO es b: porque incluye a la cultura organizacional y a los clientes que son variables controlables por la organización. | | |
| Por qué NO es d: porque incluye los intermediarios de marketing que es una variable del microentorno. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es c porque Kotler (2008) indica que la demografía, la cultura, la política y los recursos naturales son algunas variables externas que intuyen en la organización y generan oportunidades o amenazas. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **3** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Mercadeo | |  |
| **Prueba**: Gestión Comercial y Ventas | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Explica la relación entre ventas y marketing  Reconoce el papel que desempeñan las técnicas de ventas durante el proceso de ventas.  Explica la función de la administración de ventas  Explica el concepto de formulación de un plan de gestión comercial y de ventas  Explica el concepto de implementación de un plan de gestión comercial y de ventas.  Explica el perfil del gerente de ventas para el siglo XXI  Explica el concepto de evaluación y control de un plan de gestión comercial y de ventas. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La exportación es necesaria para la supervivencia de la economía de un país. Por ello los gobiernos exhortan, y motivan a las empresas a que participen en los mercados extranjeros y exporten más. Usted labora como Gerente de Ventas para la empresa colombiana TyC que posee un producto único y ha recibido una oferta de otra compañía en el Perú para fabricarlo y venderlo en dicho mercado. | | |
| **ENUNCIADO**:  La mejor opción para hacer esta venta internacional es a través de: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Licencias.  b. Agentes.  c. Comisionistas.  d. Distribuidores. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es b: porque los agentes actúan como operadores independientes y reciben pedidos en nombre del exportador con base en una comisión, pero no intervienen en el proceso de producción del producto. | | |
| Por qué NO es c: porque los comisionistas son un tipo de intermediarios entre compradores y vendedores que no participan en la fabricación del producto. | | |
| Por qué NO es d: porque los distribuidores son un puente entre los productores y los consumidores, pero no se involucran en el proceso de fabricación. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es a porque es una alternativa de operación indirecta en mercados extranjeros que poseen empresas que tienen un producto o proceso único (de preferencia protegido por una patente) y que otra organización en otro país desea fabricar o realizar. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **4** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Mercadeo | |  |
| **Prueba**: Gestión comercial y Ventas | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Explica la relación entre ventas y marketing  Reconoce el papel que desempeñan las técnicas de ventas durante el proceso de ventas.  Explica la función de la administración de ventas  Explica el concepto de formulación de un plan de gestión comercial y de ventas  Explica el concepto de implementación de un plan de gestión comercial y de ventas.  Explica el perfil del gerente de ventas para el siglo XXI  Explica el concepto de evaluación y control de un plan de gestión comercial y de ventas. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  Como Gerente de ventas de la compañía ABC usted es partidario de la automatización de la fuerza de ventas y le propone a su jefe inmediato entre otras, la adquisición de un software llamado Sales Force. | | |
| **ENUNCIADO**:  Uno de los argumentos que usted expondrá para la aprobación del proyecto es que dicha automatización le permitirá a los vendedores: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Ofrecer a los clientes productos de acuerdo con las necesidades del área de producción. b. Generar ventas repetidas y elevar el grado de seguimiento a la tramitación de los pedidos de los clientes y su entrega  c. Ahorrar tiempo para permanecer en la oficina y enfocarse en las tareas administrativas.  d. Concentrar los esfuerzos en los altos inventarios y los productos de baja rotación. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO a: porque pretende que los vendedores se orienten a satisfacer las necesidades y deseos de los clientes y no las del departamento de producción de la empresa. | | |
| Por qué NO c: porque los comisionistas son un tipo de intermediarios entre compradores y vendedores que no participan en la fabricación del producto. | | |
| Por qué NO d: porque, aunque la fuerza de ventas debe estar atenta a los altos inventarios, no es claramente un aspecto que se trabaje solo desde el área comercial, para ello se necesita de la Gestión de Mercadeo para que las marcas sean rentables. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es b porque permite incrementar la productividad de los vendedores por el acceso que tienen a información completa y en línea sobre sus clientes, sus preferencias de producto, frecuencias de uso, comportamientos de pago, y estatus de los pedidos. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **5** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Mercadeo | |  |
| **Prueba**: Gestión Comercial y Ventas | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Explica la relación entre ventas y marketing  Reconoce el papel que desempeñan las técnicas de ventas durante el proceso de ventas.  Explica la función de la administración de ventas  Explica el concepto de formulación de un plan de gestión comercial y de ventas  Explica el concepto de implementación de un plan de gestión comercial y de ventas.  Explica el perfil del gerente de ventas para el siglo XXI  Explica el concepto de evaluación y control de un plan de gestión comercial y de ventas. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  Luego de determinar el potencial de ventas de e-Books en el mercado de la Costa Atlántica, la empresa MS ha solicitado su asesoría para que le ayude a calcular el número de vendedores que requiere contratar para cumplir con las expectativas de ventas.  Usted considera que es pertinente clasificar a los clientes de la zona por categoría y determinar la frecuencia y duración de las visitas Para de esta manera la obtener cantidad de vendedores necesarios. | | |
| **ENUNCIADO**:  El método que incluye las variables elegidas por usted, para clasificar los clientes de la zona por categorías, frecuencia y duración de la visita, se conocen con el nombre de: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. Del desglose.  b. Método Incremental.  c. Enfoque en la carga de trabajo.  d. Método de la rentabilidad. | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es a: porque divide el total de las ventas pronosticadas para la compañía entre las que probablemente generara cada individuo. | | |
| Por qué NO es b: porque incluye el aumento de vendedores cuando el incremento de utilidades que produce su gestión supere los costos. | | |
| Por qué NO es d: porque se calcula la venta requerida, con base en una utilidad esperada, territorio o del vendedor, teniendo en cuenta la estructura del PyG. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es c porque se sustenta en la premisa de que a todo el personal de ventas se le debe asignar una cantidad similar de trabajo. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |