

viu
.es



Guía didáctica

Gestión de la venta del proyecto

Título: Máster universitario en Gestión de Proyectos/Project Management

Créditos: 2,5 ECTS

Código: 12MMAN

Curso: 2020-2021

viu | **Universidad**
Internacional
de Valencia

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Gestión de la venta del proyecto

Descripción: Si bien el concepto de venta puede a priori parecer alejado de la misión de un Gestor de Proyecto y estar más asociado a un departamento comercial, la aportación del gestor de Proyecto dentro del proceso de venta es indispensable para la correcta definición de las propuestas. Las aportaciones del gestor de Proyecto durante esta fase optimizan en ajuste entre las expectativas creadas por la propuesta y la realidad de la posterior implementación del proyecto en sí. Además de estas aportaciones en la venta externa del proyecto, las habilidades de venta del gestor de proyecto han también de aplicarse a aspectos tales como la venta interna de mismo, o incluso a la venta de la función de Gestión del proyecto como tal.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 2,5

Contextualización: El objetivo de la asignatura es que el alumno conozca las diferentes vertientes que tiene la función de un Gestor de Proyecto dentro del proceso de venta del proyecto.

En particular la asignatura se centrará en:

- Analizar las diferentes fases de la venta del proyecto
- Presentar los diferentes tipos de ofertas y la manera de abordar cada uno de ellos
- Presentar los conceptos clave de la venta estratégica

Modalidad: Online

Equipo Docente:

Profesor: Dra. Yolanda Bautista

Temario:

1. El proyecto como producto a vender
2. El proceso de venta de proyectos
3. El tipo de ofertas y contratos
4. La creación y contenidos de las ofertas
5. Metodología de la venta estratégica

Competencias:

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Comunicarse de forma oral y escrita con otras personas sobre los resultados del aprendizaje, de la elaboración del pensamiento y de la toma de decisiones; participar en debates sobre la gestión de proyectos.

CG4 - Identificar problemas obstáculos y oportunidades y saber proponer mejoras y encontrar nuevas estrategias o soluciones, con responsabilidad y autonomía, planificando y organizando las tareas para lograr los objetivos del proyecto en los plazos establecidos y, a la vez, comprometerse con el trabajo de calidad, de forma clara y ordenada, mediante el esfuerzo, la constancia y el deseo de crecimiento personal y profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE13 - Ser capaz de ajustar las habilidades comunicativas individuales y del equipo a las diferentes políticas de comunicación que un proyecto puede requerir en cada momento.

CE14 - Ser capaz de destacar, transmitir e influir positivamente sobre la percepción de los valores de un proyecto desde la fase de diseño hasta la presentación de resultados con el fin de despertar interés y promover decisiones a favor del mismo.

CE15 - Ser capaz de definir un proceso de venta para un proyecto determinado.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Exposiciones del profesor en clases teórico-expositivas	6	0
Resolución de problemas y análisis de casos utilizando herramientas informáticas de simulación.	5	0
Tutorías y seguimiento	6	0
Realización de trabajos grupales o individuales utilizando herramientas informáticas de simulación.	20	0
Estudio personal a partir de material recopilado y de las actividades realizadas dentro del aula, para conseguir un aprendizaje autónomo y significativo.	25	0
	62	

Metodologías docentes:

Clases teóricas impartidas sincrónicamente como lecciones magistrales o exposiciones, en las que además de presentar el contenido de la asignatura, se explican los conceptos fundamentales y se desarrolla el contenido teórico.

Clases prácticas consistentes en actividades síncronas y asíncronas a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos. Realización de diferentes pruebas para la verificación de la adquisición tanto de conocimientos teóricos como prácticos y la adquisición de competencias.

Seminarios o talleres, consistente en una modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje donde tratar en profundidad una temática relacionada con la materia. Se puede trabajar de forma síncrona y asíncrona.

Tutorías periódicas entre el profesorado y el alumnado para la resolución de dudas, orientación, supervisión, seguimiento del trabajo, etc. Hay tutorías síncronas y asíncronas.

Trabajo Autónomo tanto individual como grupal para la lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático de los temas, reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información, investigación e indagación, así como trabajo colaborativo basado en principios constructivistas.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Participación en los debates	20	20
Resolución de casos	0	0
Comentarios de lecturas (u otros materiales)	0	0
Trabajos desarrollados en grupo o de forma individual	30	30
Evaluación final	50	50

Bibliografía:

Blake, J. (1999). Planning, executing, and closing the sale. *PM Network*. 13(9). 37–39.

Cohen, A. Bradford, D. (2005). *Influence Without Authority*. Wiley & Sons. (2 Ed).

Githens, G.D. (1999). Paradox and Cultural Rigidity: What Makes the Effective Project Management Culture?. *PMNetwork*. Volume 13. (7). 51-58

Rackman, N. (1998). From Experience: Why Bad Things Happen to Good New Products. *Journal of Product Innovation Management*. Volume 15. Number 3. 201-207

Schultz, Y. (2002). Selling project management to the skeptical CEO: every company exec has different IT beliefs. Do you know the religion of your boss? - *View Point Computing Canada*. Recuperado el (1/7/2018) de http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0CGC/is_21_28/ai_93734809

The 7 Steps of the Sales Process. (n.d.) Recuperado el (01/07/2018)
de <http://www.steadysales.com/the-7-steps-of-the-sales-process/>

Thomas, J. Delisle, C. y Jugdev, K. (2002). Selling Project Management to Senior Executives: Framing the Moves that Matter. Project Management Institute.

Young, L. (2000). Interaction between sales, delivery and business functions during the proposal stage. Project Management Institute.