

## INDICE

Prefacio	XI
<b>Capitulo 1. El Mercado</b>	<b>1</b>
1. Una breve historia del comercio	2
2. El mundo de hoy	3
3. El mercado	4
4. Tipos de mercado	7
5. segmentación del mercado	10
6. La clientela	13
7. La competencia	13
8. Preguntas para versión	18
9. Ejercicios	21
<b>Capitulo 2. La Administración de Ventas</b>	<b>23</b>
1. Las empresas	24
2. Tipos de empresas	24
3. Las empresas y sus recursos	27
4. Concepto de marketing	31
5. Concepto de administración de ventas	32
6. La estructura organizacional de la administración de ventas (AV)	34
7. Preguntas para revisión	42
8. Ejercicios	45
<b>Capitulo 3. El Producto/Servicio</b>	<b>47</b>
1. Clasificaciones de los productos/servicios	48
2. Componentes de los productos/servicios	53
3. Ciclo de vida de los productos/servicios	53
4. Preguntas para revisión	62
5. ejercicios	65
<b>Capitulo 4. Previsión de Ventas</b>	<b>67</b>
1. Análisis del mercado	68
2. Investigación del mercado	71
3. Previsión de ventas	79
4. Determinación de las cuotas de ventas	85
5. Preguntas para revisión	87
6. Ejercicios	91
<b>Capitulo 5. Distribución</b>	<b>93</b>
1. Concepto de distribución	94
2. Los intermediarios	95
3. Utilidad de tiempo y de lugar	98
4. Sistemas de distribución	99
5. Criterios para determinar un sistema de distribución	105
6. Preguntas para revisión	107
7. Ejercicios	111
<b>Capitulo 6. Propaganda y Promoción de Ventas</b>	<b>113</b>
1. Comunicación	114
2. Propaganda	114
3. Promoción de ventas	117
4. Relaciones públicas	122

5. Preguntas para revisión	124
6. Ejercicios	128
<b>Capítulo 7. La Organización de Ventas</b>	129
1. Reclutamiento y selección de vendedores	131
2. Capacitación de vendedores	134
4. Remuneración a los vendedores	143
5. Evaluación del desempeño de los vendedores	148
6. Preguntas para revisión	152
7. Ejercicios	155
Bibliografía	157