



Universidad
de Navarra

Sales Management (Gr. Marketing)
Guía docente 2026-27

PRESENTATION

Short description: The course aims to introduce students to the discipline of sales management and the importance of employing different sales strategies for different consumer groups as well as integrating corporate, business, marketing and sales strategies. Students will discover the main elements of the selling process and look into the current trends and issues in sales management.

Type of course: required (obligatoria)

Degree: Marketing

Credits: 3 ECTS

Course: Second year students in Marketing

Semester: Second semester

Module and subject : LEVEL 1. Module III (Markets and Customers) / LEVEL 2. Subject: Marketing Variables

Schedule: Monday, 15.30-17.30 (Room 1)

Place: School of Communication

Professor: Guillermo Catalán (guicamez@gmail.com, gcatalanm@external.unav.es). Profesor invitado.

Department: Marketing & Media Management (Marketing y Empresas de Comunicación), School of Communication

Language: English

LEARNING OUTCOMES (Competencias)

BÁSICAS

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

GENERALES

CG3 - Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing.

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.



Universidad
de Navarra

CG5 - Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE10 - Identificar y analizar los principales elementos de gestión del marketing, y particularmente sobre las variables del mix de marketing: dirección comercial y ventas, distribución y logística, precio, producto y comunicación.

CE22 - Conocer las variables de gestión de productos y servicios, y de su configuración en carteras.

CE26 - Conocer las características y elementos de gestión de los modos de comunicación comercial (publicidad, relaciones públicas, marketing promocional, comunicación de ventas, etc.)

SYLLABUS

Topic 1. Changing World of Sales Management.

Topic 2. Overview of Personal Selling.

Topic 3. Organisational Strategy Levels.

Topic 4. The Sales Strategy.

Topic 5. The Channel Strategy.

Topic 6. Organisation Structures.

Topic 7. Salesforce Deployment.

Topic 8. Acquiring Sales Talent.

Topic 9. Sales Training.

Topic 10. Sales Leadership.

Topic 11. Motivation & Reward System.

Topic 12. Evaluation Effectiveness of the Organisation.

LEARNING ACTIVITIES

The objectives and competences of the course will be fulfilled through the development of a series of activities, which imply the following workload for the student:

-Lectures & online activities: theoretical explanations, case studies, analysis and discussions. 30 hours.

-Personal study of class notes: 20 hours.

-Workshops-oral presentations: 25 hours.

TOTAL: 75

ASSESSMENT

CONVOCATORIA ORDINARIA



Universidad
de Navarra

The **Ordinary grade** will be the result of the following grades:

-Assignments, attendance and participation: 40%

(Scoring 8 out of 10 or more, exempts you taking the final exam)

-Final Exam (Multiple choice): 60%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

The **Extraordinary grade** will be 100% (Multiple choice exam)

OFFICE HOURS

D. Guillermo Catalán (guicamez@gmail.com, gcatalanm@external.unav.es)

- Aula 1 FCOM.
- Horario de tutoría: lunes 14.30h-15.30h horas

Bibliography

Compulsory

TextBook- **Sales Management (Analysis & Decision Making)**

Authors: **Thomas N. Ingram / Raymond LaForge / Ramon A. Avila / Charles H Schwepker Jr & Michael R Williams.**

Publisher: **Routledge, 9th edition (2015)** [Localízalo en la Biblioteca](#)

Acceso a edición pre-print:

<https://www.booksfree.org/sales-management-analysis-and-decision-making-by-ingram-pdf/>

Secondary Online Resources

Forbes - <https://www.forbes.com>

Mashable - <http://mashable.com>

TechCrunch- <https://techcrunch.com>

HubSpotBlog - <https://blog.hubspot.com>

The Business Journals - <http://www.bizjournals.com>

Venture Beat - <https://venturebeat.com>

AdWeek - <http://www.adweek.com>

Business2Community - <http://www.business2community.com>

Advertising Age - <http://adage.com>

The next web - <https://thenextweb.com>



Universidad de Navarra

The Sales Blog - <https://thesalesblog.com>

The Salesforceblog- <https://www.salesforce.com/blog/>

Sales Benchmark Index - <https://salesbenchmarkindex.com>

Top Sales World - <https://twitter.com/TopSalesWorld>

[UNIKA](#)