

I. Datos Generales de la Asignatura

Unidad Académica		Programa Educativo		Área Académica		Año – Semestre	
DICEA		Licenciatura en Administración		COMERCIO INTERNACIONAL Y FINANZAS		7º -1er. Semestre Ciclo escolar 2014-2015	
Clave	Denominación de la Asignatura			Fecha de Elaboración	Fecha de Aprobación	Fecha de Revisión	
	ADMINISTRACIÓN DE VENTAS			05/MARZO/2013			
Área del conocimiento:		COMERCIO INTERNACIONAL Y FINANZAS					
Responsable del Programa:		ALBERTO ULISES NARVÁEZ SUÁREZ					
Distribución de horas formativas							
Horas Semanales				Horas Semestrales			Créditos Totales
Teoría	Práctica	Viaje de Estudios	Trabajo independiente	Teoría	Práctica	Totales	
3.0	1.5		2.25	48	24	72	6.75
Nivel		Carácter		Tipo		Modalidad	
Medio Superior	()	Obligatoria	(X)	Teórico	()	Presencial	(X)
Licenciatura	(X)	Optativa	()	Práctico	()	Mixto	()
Posgrado	()	Electiva	()	Teórico-Práctico	(X)	En Línea	()
Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):							
<p>En el curso de Administración de Ventas, el estudiante de la Licenciatura en Administración adquirirá los conocimientos y desarrollará las habilidades necesarias para dirigir el área de ventas de cualquier tipo de empresa u organización que le permita competir con éxito y mantenerse en el mercado. Aplicará diversas técnicas e instrumentos con los cuales captará nuevos clientes así como mantener la lealtad de los ya existentes para cumplir los objetivos de venta fijados y conducir a la empresa u organización al éxito.</p>							



La materia es de tipo Teórico – Práctico, pertenece al área de Comercio Internacional y Finanzas y se imparte en el primer semestre de Séptimo Año de la Licenciatura. Se relaciona de manera vertical con las materias de Mercadotecnia e imagen Corporativa, Investigación de Mercados y Diseño de Planes de Mercadotecnia. Se relaciona de manera horizontal con las materias de Desarrollo Organizacional, Formulación y Evaluación de Proyectos así como con Diseño de Planes de Negocios y Creación y Desarrollo de Empresas.

Las estrategias de enseñanza-aprendizaje contemplan exposición del profesor, trabajo en equipo, trabajo independiente (reporte de lecturas, mapas mentales), presentación de videos, preguntas dirigidas y dinámicas grupales. A lo largo del curso se utiliza la plataforma institucional Moodle como apoyo.

La asignatura está centrada con un enfoque constructivista, se utilizará el análisis e interpretación de los diferentes conceptos y se realizarán numerosas dinámicas para poner en práctica la teoría (aprender haciendo).

La materia está compuesta por 5 unidades: Mercadotecnia y ventas, Planeación de ventas, Organización de ventas, Dirección de ventas y Control de ventas.

La evaluación consistirá en la realización de exámenes, reportes de lectura, mapas mentales, plan de argumentación de ventas, solución de ejercicios e informes de los videos vistos.

II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura.

Propósito:

Aplicar las diferentes técnicas de administración de ventas a través del desarrollo de conceptos y principios del área para ejecutar planes de mercadotecnia y ventas en el contexto del mercado con compromiso institucional y honradez.

COMPETENCIAS GENERICAS

1. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.



2. Capacidad de comunicación oral y escrita.
3. Capacidad para tomar decisiones.
4. Capacidad para trabajar bajo presión.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

1. Valora el ejercicio del liderazgo eficaz en las organizaciones, para formar líderes que fortalezcan el trabajo colaborativo, reconociendo los resultados de los integrantes de la organización y aceptando los planteamientos de la retroalimentación.
2. Evalúa el desempeño de la organización en relación con su contexto a través de la gestión de sistemas de control administrativo, con la finalidad de contribuir con su proceso de mejora continua, asumiendo una actitud proactiva y asertiva, con objetividad en los informes.
3. Desarrolla planes de mercadotecnia y programas de ventas en las organizaciones bajo el contexto del mercado, para dar respuesta a la demanda de los clientes, manteniendo una posición analítica y disposición al cambio con empatía y respeto hacia sus colaboradores, sentido de pertenencia y confidencialidad con la empresa
4. Administra el capital humano en las organizaciones, con el fin de potenciar el talento humano que poseen y alinear los objetivos de su personal con los objetivos organizacionales, asumiendo una actitud proactiva y con respeto a la identidad personal de sus empleados

COMPETENCIAS ACADEMICAS

1. Identificar oportunamente las necesidades de actualización permanente en el ejercicio de su profesión a través del autoaprendizaje y capacitación formal para mantenerse actualizado en su ámbito laboral y profesional con una actitud abierta, entusiasta y de autoevaluación permanente.
2. Desarrollar los conceptos y principios teóricos a través del diseño de instrumentos prácticos para desarrollar plenamente en la vida laboral la teoría que le permitirá resolver problemas reales de las organizaciones.



III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación de Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mención del tema o asunto que trata• Principales ideas de la lectura• Resumen, síntesis o reseña del texto• Opinión personal del contenido de la lectura• Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Solución de ejercicios	<p>Criterios de evaluación de solución de ejercicios:</p> <p>Se evaluará que estén resueltos en su totalidad y que cumplan con todo el procedimiento para llegar al resultado final el cual debe ser correcto.</p>
Mapa mental	<p>Criterios de evaluación de los mapas mentales:</p> <ul style="list-style-type: none">• Profundización del tema• Claridad en la presentación del tema• Calidad del diseño• Estructura del mapa mental• Presentación <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el mapa mental.</p>
Exámenes escritos	<p>Criterios de evaluación de examen:</p> <p>Por cada examen se cotejarán las respuestas y el procedimiento correcto.</p>
Plan de argumentación de ventas	<p>Criterios de evaluación para un plan de argumentación de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conocimiento del producto• Debilidades del producto• Conocimiento de la competencia• Proceso de convencimiento• Plan de objeciones• Cierre de venta <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el Plan de argumentación.</p>



Informe de videos

Criterios de evaluación de los informes de videos:

- Idea principal
- Relación del video con los temas abordados
- Claridad del contenido
- Opinión personal
- Conclusiones

Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados.



IV. Estructura Básica del programa

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1	MERCADOTECNIA Y VENTAS	
HORAS TEORIA	4.5	
HORAS PRACTICA	0.0	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Identificar la importancia y la función del área de ventas dentro de la mezcla de mercadotecnia a través del análisis de sus conceptos para reconocer la importancia de esta área en la supervivencia y desarrollo de cualquier empresa.		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
<ol style="list-style-type: none"> 1. La importancia de conocer sobre ventas para el profesionista 2. Conceptos de MKT, administración de MKT y administración de la fuerza de ventas 3. Ubicación del área de ventas en la mezcla de MKT 4. Funciones del área de ventas y su relación con las funciones de MKT 	Capacidad para desarrollar su pensamiento crítico. Capacidad de aprender por cuenta propia. Capacidad de identificar y resolver problemas. Capacidad de desarrollar una buena comunicación oral y escrita.	Entusiasmo Respeto Mente abierta Responsabilidad Compromiso Puntualidad
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Pizarrón, plumones, borrador, material impreso.	Laptop, memoria USB, apuntador, cañón, Plataforma Institucional Moodle, correo electrónico, archivos electrónicos.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Exposición por parte del profesor, preguntas dirigidas, trabajo en equipo, presentación de videos.	Participación en clase, debates en equipo y grupales, análisis de lecturas.	



Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mención del tema o asunto que trata• Principales ideas de la lectura• Resumen, síntesis o reseña del texto• Opinión personal del contenido de la lectura• Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Informe de videos	<p>Criterios de evaluación del informe de videos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Idea principal• Relación del video con los temas abordados• Claridad del contenido• Opinión personal• Conclusiones <p>Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2		PLANEACIÓN DE VENTAS	
HORAS TEORIA		9	
HORAS PRACTICA		6	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:			
Planificar el trabajo en el área de ventas a través del análisis del mercado para realizar pronósticos y presupuestos de ventas acordes con el tamaño del mercado y capacidad de la empresa.			
Contenido de la Unidad de Aprendizaje			
Elementos de la Competencia			
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones de la gerencia de ventas 2. Proceso de planeación de ventas 3. Análisis del mercado 4. Pronósticos de ventas 5. Métodos de pronósticos de ventas 6. Presupuesto de ventas 	Capacidad de análisis, síntesis y evaluación de información. Uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones. Capacidad para tomar decisiones. Capacidad para el trabajo en equipo, tolerancia y cooperación. Capacidad de desarrollar una buena comunicación oral y escrita.	Compromiso institucional Apoyo Disponibilidad Firmeza Responsabilidad Tenacidad y compromiso	
Materiales y recursos a utilizar			
Didácticos		Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Pizarrón, plumones, borrador, material impreso, hojas de rotafolio.		Laptop, memoria USB, apuntador, cañón, Plataforma Institucional Moodle, correo electrónico, archivos electrónicos.	
Estrategias de enseñanza		Actividades de aprendizaje	
Exposición por parte del profesor, discusión en clase, dinámica de reflexión e interpretación, presentación de videos.		Participación en clase, debates en equipo y grupales, análisis de lecturas, elaboración de mapas mentales, realización de ejercicios.	



Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mención del tema o asunto que trata • Principales ideas de la lectura • Resumen, síntesis o reseña del texto • Opinión personal del contenido de la lectura • Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Mapa mental	<p>Criterios de evaluación del mapa mental:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundización del tema • Claridad en la presentación del tema • Calidad del diseño • Estructura del mapa mental • Presentación <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el mapa mental.</p>
Solución de ejercicios	<p>Criterios de evaluación de solución de ejercicios:</p> <p>Se evaluará que estén resueltos en su totalidad y que cumplan con todo el procedimiento para llegar al resultado final el cual debe ser correcto.</p>
Examen escrito	<p>Criterios de evaluación de examen:</p> <p>Se cotejará el procedimiento y resultado correcto.</p>
Informe de videos	<p>Criterios de evaluación de informe de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea principal • Relación del video con los temas abordados • Claridad del contenido • Opinión personal • Conclusiones <p>Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados..</p>



ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

TITULO: Cálculo del Pronóstico de Ventas

PROPOSITO: Elaborar un pronóstico de ventas a través de la aplicación de métodos cuantitativos y cualitativos para dominar estas técnicas así como proyectar a futuro las ventas de cualquier empresa con objetividad y responsabilidad.

TIEMPO: 3 horas

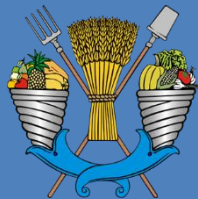
LUGAR: Salón de clases.

TITULO: Elaboración del Presupuesto de Ventas

PROPOSITO: Elaborar el presupuesto de ventas a través de la asignación de metas específicas por empresa, unidad, departamento o producto para utilizar de forma práctica las técnicas respectivas con mente abierta y compromiso institucional.

TIEMPO: 3 horas

LUGAR: Salón de clases.



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3	ORGANIZACIÓN DE VENTAS	
HORAS TEORIA	12	
HORAS PRACTICA	6	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
<p>Formular los modelos de organización así como la administración de recursos humanos a través de la aplicación de la teoría y análisis de casos reales para diseñar modelos propios así como programas de capacitación y territorios de ventas con compromiso y responsabilidad.</p>		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones de la fuerza de ventas 2. Características del vendedor 3. Reclutamiento, selección e inducción del personal de ventas 4. Capacitación de la fuerza de ventas 5. Importancia del establecimiento de territorios de venta 6. Métodos para el establecimiento del tamaño de la fuerza de ventas 7. Diseño de los territorios de ventas 	<p>Capacidad de análisis, síntesis y evaluación de información.</p> <p>Comunicación efectiva de ideas e información en forma oral y escrita.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Alta capacidad de trabajo.</p> <p>Capacidad de autoevaluación y constante desarrollo.</p>	<p>Amabilidad y entusiasmo</p> <p>Respeto</p> <p>Tolerante</p> <p>Compromiso institucional</p> <p>Servicio</p> <p>Mente abierta</p> <p>Cordialidad</p> <p>Persistencia</p> <p>Empatía</p> <p>Creatividad</p>
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Pizarrón, plumones, borrador, material impreso, hojas de rotafolio.	Laptop, memoria USB, apuntador, cañón, Plataforma Institucional Moodle, correo electrónico, archivos electrónicos.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Exposición por parte del profesor, discusión en clase, dinámica de reflexión e interpretación, presentación de videos.	Participación en clase, debates en equipo y grupales, análisis de lecturas, elaboración de mapas mentales, realización de ejercicios.	



Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mención del tema o asunto que trata • Principales ideas de la lectura • Resumen, síntesis o reseña del texto • Opinión personal del contenido de la lectura • Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Solución de ejercicios	<p>Criterios de evaluación de solución de ejercicios:</p> <p>Se evaluará que estén resueltos en su totalidad y que cumplan con todo el procedimiento para llegar al resultado final el cual debe ser correcto.</p>
Mapa mental	<p>Criterios de evaluación del mapa mental:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundización del tema • Claridad en la presentación del tema • Calidad del diseño • Estructura del mapa mental • Presentación <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el mapa mental.</p>
Informe de videos	<p>Criterios de evaluación del informe de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea principal • Relación del video con los temas abordados • Claridad del contenido • Opinión personal • Conclusiones <p>Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>



ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

TITULO: Programa de capacitación de la fuerza de ventas.

PROPOSITO: Diseñar el programa de capacitación considerando el diagnóstico de necesidades en esta materia para desarrollar la fuerza de ventas con disciplina y responsabilidad.

TIEMPO: 3 horas

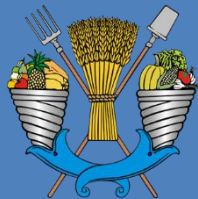
LUGAR: Salón de clases

TITULO: Diseño del territorio de ventas.

PROPOSITO: Diseñar el territorio de ventas con base en el análisis e interpretación de la información disponible para la óptima distribución de la fuerza de ventas con compromiso institucional y honestidad.

TIEMPO: 3 horas

LUGAR: Salón de clases



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4	DIRECCIÓN DE VENTAS	
HORAS TEORIA	15	
HORAS PRACTICA	6	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Aplicar los principios de la psicología y liderazgo en las organizaciones mediante el diseño de planes y estrategias para maximizar el funcionamiento de la fuerza de ventas con respeto y compromiso institucional.		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
<ol style="list-style-type: none"> 1. Psicología aplicada a las ventas 2. Tipos de compradores 3. Comunicación en el área de ventas 4. Liderazgo y motivación de la fuerza de ventas 5. Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas 6. Diseño de planes de compensación 7. Estrategias de ventas 8. Plan de argumentación de ventas 	<p>Capacidad de análisis, síntesis y evaluación de la información.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de identificar consecuencias.</p> <p>Comunicación efectiva de ideas e información en forma oral y escrita</p> <p>Uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones.</p>	<p>Liderazgo</p> <p>Amabilidad y entusiasmo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Tolerante</p> <p>Compromiso institucional</p> <p>Actitud de Servicio</p> <p>Mente abierta</p> <p>Persistencia</p> <p>Empatía</p> <p>Creatividad.</p>
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Pizarrón, plumones, borrador, material impreso, revistas especializadas, hojas de rotafolio.	Laptop, memoria USB, apuntador, cañón, Plataforma Institucional Moodle, correo electrónico, archivos electrónicos.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Exposición por parte del profesor, Lectura, dinámicas grupales, presentación de videos y debates en equipo y grupales	Participación en clase, análisis de lecturas, elaboración de mapas mentales, elaboración de un plan de argumentación de ventas.	



Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mención del tema o asunto que trata • Principales ideas de la lectura • Resumen, síntesis o reseña del texto • Opinión personal del contenido de la lectura • Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Mapa mental	<p>Criterios de evaluación del mapa mental:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundización del tema • Claridad en la presentación del tema • Calidad del diseño • Estructura del mapa mental • Presentación <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el mapa mental.</p>
Plan de argumentación de ventas	<p>Criterios de evaluación para un plan de argumentación de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del producto • Debilidades del producto • Conocimiento de la competencia • Proceso de convencimiento • Plan de objeciones • Cierre de venta <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el Plan de argumentación.</p>
Informe de videos	<p>Criterios de evaluación de informe de videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea principal • Relación del video con los temas abordados • Claridad del contenido • Opinión personal • Conclusiones <p>Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>



Examen escrito

Criterios de evaluación de examen:

Se cotejará el procedimiento y resultado correcto.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

TITULO: Elaboración de un Plan de Argumentación de Ventas

PROPOSITO: Diseñar el Plan de argumentación de ventas considerando los principios de la psicología y la creatividad personal con un sentido práctico para aplicarlo como instrumento en la empresa con responsabilidad y honestidad.

TIEMPO: 6 horas

LUGAR: Salón de clases



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 5	CONTROL DE VENTAS	
HORAS TEORIA	7.5	
HORAS PRACTICA	6	
Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:		
Aplicar las diferentes técnicas de supervisión y control mediante el diseño de reportes y otros instrumentos de utilidad práctica para evaluar el desempeño del área de ventas con respeto, empatía y responsabilidad.		
Contenido de la Unidad de Aprendizaje		
Elementos de la Competencia		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisión de presupuestos de ventas 2. Supervisión del personal de ventas 3. Evaluación del desempeño 4. Elaboración de reportes de supervisión 5. Análisis de rentabilidad y costos de mercadotecnia. 6. Métodos de evaluación del grado de satisfacción del cliente 7. Ética y responsabilidad social de la gerencia y fuerza de ventas 	<p>Capacidad de análisis, síntesis y evaluación de la información.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de identificar consecuencias.</p> <p>Comunicación efectiva de ideas e información en forma oral y escrita.</p> <p>Capacidad de autoevaluación y constante desarrollo.</p>	<p>Liderazgo</p> <p>Respetuoso</p> <p>Tolerante</p> <p>Compromiso institucional</p> <p>Actitud de Servicio</p> <p>Mente abierta</p> <p>Persistencia</p> <p>Honestidad</p> <p>Empatía</p> <p>Creatividad</p>
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Pizarrón, plumones, borrador, material impreso, hojas de rotafolio.	Laptop, memoria USB, apuntador, cañón, Plataforma Institucional Moodle, correo electrónico, archivos electrónicos.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Exposición por parte del profesor, lecturas, dinámica de reflexión e interpretación, presentación de videos.	Participación en clase, debates en equipo y grupales, análisis de lecturas, elaboración de mapas mentales.	



Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Reporte de lectura	<p>Criterios de evaluación de reportes de lectura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Mención del tema o asunto que trata• Principales ideas de la lectura• Resumen, síntesis o reseña del texto• Opinión personal del contenido de la lectura• Conclusiones de la lectura <p>Se utilizará una lista de cotejo para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Informe de videos	<p>Criterios de evaluación de informe de videos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Idea principal• Relación del video con los temas abordados• Claridad del contenido• Opinión personal• Conclusiones <p>Se utilizará una rúbrica para verificar que contenga todos los elementos solicitados.</p>
Mapa mental	<p>Criterios de evaluación del mapa mental:</p> <ul style="list-style-type: none">• Profundización del tema• Claridad en la presentación del tema• Calidad del diseño• Estructura del mapa mental• Presentación <p>Se utilizará una rúbrica para evaluar el mapa mental.</p>

ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

TITULO: Elaboración de Reportes de Supervisión

PROPOSITO: Diseñar el reporte de supervisión de la fuerza de ventas aplicando los principios y elementos del control para dominar esta técnica de gran utilidad en el campo laboral.

TIEMPO: 3 horas

LUGAR: Salón de clases



TITULO: Instrumento para medir la satisfacción del cliente.

PROPOSITO: Diseñar el instrumento de medición aplicando la metodología de uno o más métodos vistos en clase para medir objetivamente la satisfacción de nuestros clientes.

TIEMPO: 3 horas

LUGAR: Salón de clases

V. Facilitador y tutores.

El perfil deseado del profesor que imparta esta asignatura debe ser:

Como facilitador

Licenciado en Administración de Empresas con experiencia profesional mínima de 2 años en el área de ventas de alguna empresa u organización, ocupando puestos a nivel gerencial o de supervisión, deseable maestría, especialidad o diplomado en ventas o administración.

VI. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	Periodo o fechas	Unidades de aprendizaje y temas que abarca	Ponderación (%)
Reportes de lectura	Julio-Diciembre	1-5	25
Mapas mentales	Julio-Diciembre	1-5	15
Informes de videos	Julio-Diciembre	1-5	10
Plan de argumentación de ventas	Noviembre	4	10
Solución de ejercicios	Septiembre - Octubre	2 y 3	10
Exámenes escritos	Septiembre y Noviembre	1-4	30
TOTAL			100 %



VII. Bibliografía

Ibarra Gonzalez, Sergio L. (2000). De la mercadotecnia a las ventas. Primera Edición. México: Edit. Gasca.

Lewison, Dale. (2000). Ventas al detalle. Sexta edición. México: Prentice Hall.

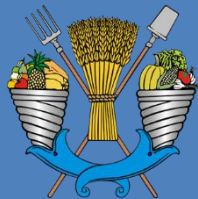
Kotler. P. (1996). Dirección de Mercadotecnia. Segunda Edición. México: Pearson Education.

Stanton, William J. y Richard H. Buskirk. Management of the sales force. La última edición, Ed. IRWIN.



ANEXOS

Lista de Cotejo para Reporte de Lectura		
Nombre del estudiante	Fecha:	
Tema:		
Criterios	Si	No
Mención del tema o asunto que trata		
Principales ideas de la lectura		
Resumen, síntesis o reseña de la lectura		
Opinión personal del contenido de la lectura		
Conclusiones de la lectura		
Observaciones		



Rúbrica para evaluar un mapa mental

Criterios	3 puntos	2 puntos	1 punto
Profundización del tema	Descripción clara y sustancial del tema, buena cantidad de detalles.	Descripción ambigua del tema, algunos detalles que no clarifican el tema.	Descripción incorrecta del tema, sin detalles significativos o escasos.
Claridad en la presentación del tema	Tema bien organizado y claramente presentado así como de fácil seguimiento.	Tema bien focalizado pero no suficientemente organizado.	Tema impreciso y poco claro, sin coherencia entre las partes que lo componen.
Calidad del diseño	Mapa mental sobresaliente y atractivo que cumple con los criterios de diseño planteados, sin errores de ortografía.	Mapa mental sencillo pero bien organizado con al menos tres errores de ortografía.	Mapa mental mal planteado que no cumple con los criterios de diseño planteados y con más de tres errores de ortografía.
Estructura del mapa mental	La imagen central se asocia correctamente con el tema, las ideas principales y secundarias se distinguen unas de otras y las palabras clave representan conceptos importantes. Las imágenes utilizadas son adecuadas.	La imagen central se asocia con el tema pero no se distinguen las ideas principales de las secundarias, las palabras clave no aportan una idea clara de cada concepto tratado y las imágenes no se relacionan con los conceptos.	La imagen central representa una idea o concepto ambiguo, las ideas principales y secundarias están mal organizadas y no cuenta con palabras clave. Las imágenes han sido mal seleccionadas porque no representan ideas relacionadas al tema.
Presentación	La selección de los colores y la tipografía usada fueron atractivas, además el mapa se entregó de forma limpia en el formato que determino el docente (papel o digital).	Los colores y la tipografía usada no permiten una correcta visualización del mapa aunque la entrega fue en el formato pre establecido.	Se abusó del uso de colores y tipografías y la entrega no se dio de la forma pre establecida por el docente.



Rúbrica para evaluar un Plan de argumentación de ventas

Nombre del estudiante o nombre de los integrantes del equipo:			
Tema:		Fecha:	
Criterios	3 puntos	2 puntos	1 punto
Conocimiento del producto	Muestra un amplio conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa a la cual representa. Ofrece detalles y características completas.	Muestra un conocimiento medio del producto o servicio que ofrece la empresa a la cual representa. Ofrece pocos detalles del mismo.	Muestra muy poco conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa a la cual representa. No ofrece detalles del mismo.
Debilidades del producto	Conoce a la perfección los puntos débiles del producto o servicio que ofrece. Tiene una idea clara de cómo defender su producto.	Tiene una idea regular de los puntos débiles del producto o servicio que ofrece. No tiene un argumento sólido para defender su producto.	No conoce los puntos débiles de su producto, no sabría cómo defenderlo en caso de objeciones por parte del cliente.
Conocimiento de la competencia	Conoce muy bien a la competencia de su producto, sus fortalezas y debilidades.	Tiene un conocimiento medio de la competencia pero no con tanto detalle.	No conoce bien a la competencia, tiene ideas vagas pero no convincentes de sus rivales.
Proceso de convencimiento	Su argumentación es clara y convincente, resalta las cualidades de su producto y	Su argumentación es buena, resalta las cualidades del producto pero no alcanza a	Su argumentación es deficiente, solo habla del producto con un discurso



	las empata con las necesidades del cliente.	empatarlas suficientemente bien con las necesidades del cliente.	ensayado pero no empata sus cualidades con las necesidades del cliente.
Plan de objeciones	Sabe defender su producto contra cualquier objeción en contra por parte del cliente o la competencia. Difícilmente se le escapa un detalle donde pueda mostrar la total inutilidad del producto para el cliente.	Tiene un buen plan contra cualquier objeción en contra por parte del cliente o la competencia, sin embargo muestra cierta debilidad en su defensa del producto.	Su plan es incompleto contra cualquier objeción en contra por parte del cliente o la competencia. Muestra una alta vulnerabilidad en la defensa de su producto.
Cierre de venta	Conoce perfectamente cuando el cliente ya está convencido y concreta la venta con naturalidad.	Le cuesta un poco de trabajo cerrar la venta, de momento no sabe cuándo dejar de hablar y visualizar que ya convenció al cliente.	No para de hablar y termina por aburrir al cliente, no sabe distinguir a un cliente convencido.



Rubrica para Informe de Videos

Nombre del estudiante		Fecha:	
Tema:			
Criterios	3	2	1
Idea principal	La identifica plenamente sin distorsiones.	La identifica a medias con distorsiones	La identifica de forma errónea o no la identifica.
Relación del video con los temas abordados	Hace una relación clara y completa con los temas que se están trabajando en clase.	Hace una relación a medias con los temas que se están trabajando en clase.	No alcanza a relacionar correctamente el video con los temas que se están trabajando en clase.
Claridad del contenido	Escribe un resumen claro y completo de lo visto en el video.	Escribe un resumen corto y suficiente de lo visto en el video.	Escribe someramente el resumen de lo visto en el video.
Opinión personal	Expresa claramente su punto de vista personal.	Expresa de manera imprecisa su opinión.	No expresa su opinión personal.
Conclusiones	Concluye con claridad su reporte.	Concluye de manera parcial, le faltan elementos.	Concluye sin claridad o no realiza sus conclusiones.