

Venta de bienes y servicios

Área(s):

Contaduría y administración
Mantenimiento e instalación
Electricidad y electrónica
Tecnología y transporte

Carrera(s):

Profesional Técnico y Profesional Técnico-Bachiller en

Administración, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad Industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes Alternas de Energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento Automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Refrigeración y Climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo, Telecomunicaciones



 **conalep**
**Programa
de Estudios**

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Programa de Estudios del Módulo: Venta de bienes y servicios

Área(s): Contaduría y administración, Mantenimiento e Instalación, Electricidad, Electrónica y Tecnología y transporte.

Carrera(s): Profesional Técnico y Profesional Técnico –Bachiller en Administración, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad Industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes Alternas de Energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento Automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Refrigeración y Climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo, Telecomunicaciones.

Semestre(s): Sexto

D. R. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica.

Este material es vigente a partir de febrero 2013.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, sin autorización por escrito del Conalep.

Calle 16 de Septiembre 147 Norte, Col. Lázaro Cárdenas, Metepec, Edo. de México, C. P. 52148.

HECHO EN MÉXICO.

Tercera Edición. Enero de 2013.

www.conalep.edu.mx

Fecha en que se terminó su edición: enero 2013.

Directorio

Directora General
Candita Victoria Gil Jiménez

Secretario General
Roger Armando Frías Frías

Secretaria Académica
María Elena Salazar Peña

Secretaria de Administración
Corazón de María Madrigal

Secretario de Planeación y Desarrollo Institucional
Francisco Cuauhtémoc Santiago Jaime

Secretario de Servicios Institucionales
Pedro Eduardo Azuara Arechederra

Director Corporativo de Asuntos Jurídicos
Juan Carlos Castillo Guzmán

Titular de la Unidad de Estudios e Intercambio Académico
Patricia Guadalupe Guadarrama Hernández

Director Corporativo de Tecnologías Aplicadas
Humberto Zentella Falcón

Directora de Diseño Curricular
Silvia Alejandra Guzmán Saldaña

Coordinadora de las Áreas Básicas y de Servicios
Caridad del Carmen Cruz López

Coordinador de las Áreas de Mantenimiento e Instalación,
Electricidad, Electrónica y TIC
Marco Antonio Valadez Pérez

Coordinador de las Áreas de Procesos de Producción y
Transformación
René Montero Montano

Grupo de trabajo:

Técnico:

Con la asesoría de consultores contratados por obra y tiempo determinados

Metodológico:

Norma Osorio Vera

Contenido		Pág.
	Mensaje de la Directora General	5
	Presentación de la Secretaria Académica	7
Capítulo I:	Generalidades de las Carreras	
1.1	Objetivo General de la Carrera	8
1.2	Competencias Transversales al Currículum	11
Capítulo II:	Aspectos Específicos del Módulo	
2.1	Presentación	13
2.2	Propósito del Módulo	15
2.3	Mapa del Módulo	16
2.4	Unidades de Aprendizaje	17
2.5	Referencias	26

**Mensaje de la
Directora General**

Me es grato poner en sus manos una herramienta muy útil para orientar a los maestros en el proceso de enseñanza y para ayudar a los alumnos en la planeación de su aprendizaje.

Esta, es precisamente la importancia de los programas de estudio: favorecer el desarrollo de destrezas, habilidades y valores, que les permitan afrontar con éxito los retos de la actualidad.

Se trata, sin lugar a dudas, del principal recurso didáctico que tendrán a su disposición para garantizar una educación integral y de calidad.

Sin dejar de lado, desde luego, aquéllos que les brinda la Biblioteca Digital de la Red Académica del CONALEP.

En ellos encontrarán los propósitos de cada módulo, la manera y el tiempo en que deben ser alcanzados, así como los respectivos criterios de evaluación.

Utilizarlos en forma cotidiana y sistemática es deber de todos, teniendo siempre presente que están elaborados con base en las necesidades de lo que el sector productivo exige y la sociedad merece.

México tiene depositada su confianza en el CONALEP, como pilar de una enseñanza técnica de vanguardia.

No es casual que el Gobierno de la República, a través de la Secretaría de Educación Pública, haya decidido fortalecer la noble labor que se realiza en nuestras aulas, laboratorios y talleres, con un Modelo Académico de primera.

Un modelo derivado de la Reforma Integral de la Educación Media Superior:

- Que avanza hacia la consolidación del Sistema Nacional de Bachillerato y la construcción de un Marco Curricular Común;
- Que se fortalece con las valiosas aportaciones de los profesores, estudiantes y representantes de la iniciativa privada;
- Que es congruente con los desafíos de la globalización;
- Y que forja generaciones competentes, emprendedoras, creativas y capaces de atender los principales problemas del país.

Este es el perfil de los profesionales que estamos formando.

Este es el compromiso que asumimos con entrega, vocación y convicción.

Y esta es la razón que nos impulsa a seguir hacia adelante.

Estimados docentes y alumnos:

Yo los invito a aprovechar al máximo estos programas de estudio, como guías de nuestras responsabilidades académicas y formativas, que sirvan de facilitadores de conocimientos e instrumentos para un diálogo respetuoso, permanente y fecundo.

Hagamos juntos la diferencia con la excelencia, responsabilizándonos de la tarea que nos corresponde cumplir.

Demostremos que sabemos, que podemos y que somos **ORGULLOSAMENTE CONALEP**.

M.A. Candita Victoria Gil Jiménez
Directora General del Sistema CONALEP

**Presentación de la
Secretaría
Académica**

De acuerdo con el Modelo Académico CONALEP, la propuesta de aprendizajes considerados para promoverse en un módulo integrado al diseño de una carrera o trayecto se concreta en el programa de estudio, en la guía pedagógica y en la de evaluación. Estos documentos, constituyen el principal referente para planear y desarrollar el proceso de enseñanza-aprendizaje en las aulas, talleres y laboratorios de nuestra institución.

Los programas y guías de estudio han sido diseñados con un enfoque de competencias, con lo que se da cumplimiento a los preceptos de la Reforma Integral de la Educación Media Superior (RIEMS), que indica el fomento y promoción de competencias genéricas y disciplinares que debe poseer una persona egresada de la educación media superior, mismas que le servirán para toda la vida; mientras que las competencias profesionales, le permiten el desempeño de funciones laborales requeridas por los sectores productivos regional y nacional.

En cada uno de los documentos curriculares se refleja el desempeño de especialistas técnicos y de profesionales en diseño curricular, así como las aportaciones de los integrantes del sector productivo, contribuyendo con sus conocimientos, habilidades y experiencias para el profesional técnico y el profesional técnico bachiller.

Lo anterior, hace posible la amplia aceptación de nuestros egresados, ya sea en el mercado laboral en el que se desempeñan con profesionalismo, o bien, en las Universidades o Institutos Tecnológicos, si es que deciden continuar estudios en el nivel superior, acción en la que destacan por su sólida formación.

Mtra. María Elena Salazar Peña

CAPÍTULO I: Generalidades de la Carrera

1.1. Objetivo General de la Carrera

P.T. y P.T–B en Administración

Realizar funciones relacionadas con los procesos logísticos, así como de planeación, organización, integración, dirección y control para la optimización de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales en la compra, venta, producción o prestación de servicios de las organizaciones.

P.T. y P.T–B en Autotransporte.

Brindar los servicios de operación de vehículos automotrices en las áreas de transporte de pasaje y carga nacional e internacional, considerando las necesidades de confort, seguridad y confianza del cliente.

P.T. y P.T–B en Autotrónica

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos, controlados principalmente por medios electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina, a diésel e híbrido, así como la satisfacción del cliente.

P.T. y P.T–B. en Electricidad Industrial.

Realizar los servicios de instalación, operación y mantenimiento de equipos y sistemas eléctricos industriales, de acuerdo con las especificaciones técnicas y manuales del fabricante.

P.T. y P.T–B en Electromecánica industrial.

Realizar servicios de instalación, operación, diagnóstico y mantenimiento de máquinas, equipos y sistemas electromecánicos, aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

P.T. y P.T-B en Expresión gráfica digital.

Realizar los servicios relacionados con el dibujo de construcción, dibujo industrial mecánico y comunicación gráfica en los ámbitos digitales presentes en diversos entornos.

P.T. y P.T-B en Fuentes Alternas de Energía.

Realizar los servicios de instalación, operación, mantenimiento, compra – venta y mejora de maquinaria y equipo presente en la generación de energía, a través de fuentes alternas.

P.T. y P.T.-B en Laministería y recubrimiento de las aeronaves:

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de las estructuras de las aeronaves, utilizando las especificaciones técnicas, manuales del fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

P.T. y P.T-B en Mantenimiento Automotriz

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos y electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento del vehículo automotriz a gasolina o a diésel y la satisfacción del cliente.

P.T. y P.T.-B en Mantenimiento de motores y planeadores:

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de aeronaves, motores, hélices, gobernadores, sistemas y componentes complementarios, utilizando las especificaciones técnicas, manuales del fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

P.T. y P.T-B en Mantenimiento de sistemas automáticos.

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de maquinaria y equipo automático, de acuerdo con las especificaciones técnicas y manuales del fabricante.

P.T. y P.T – B en Mantenimiento de sistemas electrónicos.

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de sistemas y equipos electrónicos, considerando la normatividad vigente y las recomendaciones técnicas del fabricante

P.T. y P.T-B en Mecatrónica.

Realizar los servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y actualización de sistemas mecatrónicos presentes en la industria.

P.T. y P.T-B en Motores a diésel

Realizar el mantenimiento de sistemas automotrices mecánicos, hidráulicos, eléctricos y electrónicos, aplicando normas técnicas vigentes, especificaciones y manuales de fabricantes, para lograr el óptimo funcionamiento de la unidad a diésel y la satisfacción del cliente.

P.T. y P.T-B en Refrigeración y Climatización.

Realizar servicios de instalación, operación, diagnóstico y mantenimiento de equipos y sistemas de refrigeración y aire acondicionado aplicando las normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

P.T. y P.T.-B en Sistemas electrónicos de aviación

Realizar los servicios de mantenimiento y reparación de los sistemas eléctricos y electrónicos de las aeronaves, de los motores, de los sistemas y de los componentes, utilizando las especificaciones técnicas, manuales del fabricante, normas técnicas vigentes y estándares de calidad.

P.T. y P.T-B en Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo.

Realizar los servicios de instalación, configuración, operación, mantenimiento y actualización de equipo, dispositivos periféricos, sistemas y redes de computadoras, incorporando tecnologías de vanguardia.

P.T. y P.T-B en Telecomunicaciones.

Realizar servicios de instalación, operación, diagnóstico, mantenimiento y mejora de equipo, sistemas y redes de telecomunicación implementados con diversas tecnologías.

1.2. Competencias Transversales al Currículum (*)

Competencias Genéricas	Atributos
<p>Se autodetermina y cuida de sí</p> <p>1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enfrenta las dificultades que se le presentan y es consciente de sus valores, fortalezas y debilidades. • Identifica sus emociones, las maneja de manera constructiva y reconoce la necesidad de solicitar apoyo ante una situación que lo rebase. • Elige alternativas y cursos de acción con base en criterios sustentados y en el marco de un proyecto de vida. • Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones. • Asume las consecuencias de sus comportamientos y decisiones. • Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.
<p>2. Es sensible al arte y participa en la apreciación e interpretación de sus expresiones en distintos géneros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valora el arte como manifestación de la belleza y expresión de ideas, sensaciones y emociones. • Experimenta el arte como un hecho histórico compartido que permite la comunicación entre individuos y culturas en el tiempo y el espacio, a la vez que desarrolla un sentido de identidad. • Participa en prácticas relacionadas con el arte.
<p>3. Elige y practica estilos de vida saludables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce la actividad física como un medio para su desarrollo físico, mental y social. • Toma decisiones a partir de la valoración de las consecuencias de distintos hábitos de consumo y conductas de riesgo. • Cultiva relaciones interpersonales que contribuyen a su desarrollo humano y el de quienes lo rodean.
<p>Se expresa y comunica</p> <p>4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas. • Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue. • Identifica las ideas clave en un texto o discurso oral e infiere conclusiones a partir de ellas. • Se comunica en una segunda lengua en situaciones cotidianas. • Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.
<p>Piensa crítica y reflexivamente</p> <p>5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo. • Ordena información de acuerdo a categorías, jerarquías y relaciones. • Identifica los sistemas y reglas o principios medulares que subyacen a una serie de fenómenos. • Construye hipótesis y diseña y aplica modelos para probar su validez. • Sintetiza evidencias obtenidas mediante la experimentación para producir conclusiones y formular nuevas preguntas.

<p>6. Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información. • Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad. • Evalúa argumentos y opiniones e identifica prejuicios y falacias. • Reconoce los propios prejuicios, modifica sus puntos de vista al conocer nuevas evidencias, e integra nuevos conocimientos y perspectivas al acervo con el que cuenta. • Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.
<p>Aprende de forma autónoma</p> <p>7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Define metas y da seguimiento a sus procesos de construcción de conocimiento. • Identifica las actividades que le resultan de menor y mayor interés y dificultad, reconociendo y controlando sus reacciones frente a retos y obstáculos. • Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.
<p>Trabaja en forma colaborativa</p> <p>8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos. • Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva. • Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.
<p>Participa con responsabilidad en la sociedad</p> <p>9. Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos. • Toma decisiones a fin de contribuir a la equidad, bienestar y desarrollo democrático de la sociedad. • Conoce sus derechos y obligaciones como mexicano y miembro de distintas comunidades e instituciones, y reconoce el valor de la participación como herramienta para ejercerlos. • Contribuye a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad. • Actúa de manera propositiva frente a fenómenos de la sociedad y se mantiene informado. • Advierte que los fenómenos que se desarrollan en los ámbitos local, nacional e internacional ocurren dentro de un contexto global interdependiente.
<p>10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce que la diversidad tiene lugar en un espacio democrático de igualdad de dignidad y derechos de todas las personas, y rechaza toda forma de discriminación. • Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio. • Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.
<p>11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asume una actitud que favorece la solución de problemas ambientales en los ámbitos local, nacional e internacional. • Reconoce y comprende las implicaciones biológicas, económicas, políticas y sociales del daño ambiental en un contexto global interdependiente. • Contribuye al alcance de un equilibrio entre los intereses de corto y largo plazo con relación al ambiente.

*Fuente: Acuerdo 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el Marco Curricular Común del Sistema Nacional de Bachillerato.

CAPÍTULO II: Aspectos Específicos del Módulo.

2.1. Presentación

El módulo de Venta de bienes y servicios, se imparte en el sexto semestre, corresponde al núcleo de formación profesional dentro del Trayecto Técnico Operación del proceso de ventas en las carreras de Profesional Técnico (PT) y Profesional Técnico-Bachiller (PT-B) en Administración, Autotransporte, Autotrónica, Electricidad Industrial, Electromecánica industrial, Expresión gráfica digital, Fuentes Alternas de Energía, Laministería y recubrimiento de las aeronaves, Mantenimiento Automotriz, Mantenimiento de motores y planeadores, Mantenimiento de sistemas automáticos, Mantenimiento de sistemas electrónicos, Mecatrónica, Motores a diésel, Refrigeración y Climatización, Sistemas electrónicos de aviación, Soporte y Mantenimiento de equipo de cómputo y Telecomunicaciones. Tiene como finalidad, que el alumno determine estrategias de venta de bienes y servicios por medio de la mercadotecnia y la supervisión de un cuerpo de fuerza de ventas para obtener una respuesta favorable de compra

El programa de estudio está conformado por dos unidades de aprendizaje: la primera se refiere a la planeación de la venta de bienes o servicios de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado y el diseño de estrategias de publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado. La segunda, al desarrollo de la supervisión sobre las funciones de los agentes de ventas y vendedores de acuerdo con los tipos de ventas que pueden realizarse adaptándose a los bienes o servicios que se ofrecen y al diseño de estrategias para la mejora de la preventa y el incremento de la cobertura comercial de acuerdo con la ruta crítica del producto, y su cadena comercial.

La contribución del módulo al perfil de egreso de las carreras en las que está considerado, incluye el desarrollo de competencias para el análisis del mercado y sus informaciones para la evaluación del perfil del vendedor de una organización privada, con la finalidad de contribuir en el crecimiento de la empresa.

La formación profesional del PT y el PT-B, está diseñada con un enfoque de procesos, para un desarrollo de competencias profesionales por lo cual este módulo se complementa con otros módulos como Manejo de técnicas de venta y Atención y servicio a clientes.

Además, estas competencias se complementan con la incorporación de otras competencias básicas, las profesionales y genéricas que refuerzan la formación tecnológica y científica, y fortalecen la formación integral de los educandos; que los prepara para comprender los procesos productivos en los

que está involucrado para enriquecerlos, transformarlos, resolver problemas, ejercer la toma de decisiones y desempeñarse en diferentes ambientes laborales, con una actitud creadora, crítica, responsable y propositiva; de la misma manera, fomenta el trabajo en equipo, el desarrollo pleno de su potencial en los ámbitos profesional y personal y la convivencia de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad.

La tarea docente en este módulo tendrá que diversificarse, a fin de que los Docentes realicen funciones preceptoras, las que consistirán en la guía y acompañamiento de los alumnos durante su proceso de formación académica y personal y en la definición de estrategias de participación que permitan incorporar a su familia en un esquema de corresponsabilidad que coadyuve a su desarrollo integral; por tal motivo, deberá destinar tiempo dentro de cada unidad para brindar este apoyo a la labor educativa de acuerdo al Programa de Preceptorías.

Por último, es necesario que al final de cada unidad de aprendizaje se considere una sesión de clase en la cual se realice la recapitulación de los aprendizajes logrados, en lo general, por los alumnos, con el propósito de verificar que éstos se han alcanzado o, en caso contrario, determinar las acciones de mejora pertinentes. Cabe señalar que en esta sesión el alumno que haya obtenido insuficiencia en sus actividades de evaluación o desee mejorar su resultado, tendrá la oportunidad de entregar nuevas evidencias

2.2. Propósito del módulo

Establecer estrategias de venta de bienes y servicios por medio de la mercadotecnia y la supervisión de un cuerpo de fuerza de ventas para obtener una respuesta favorable de compra.

2.3. Mapa del Módulo

Nombre del Módulo	Unidad de Aprendizaje	Resultado de Aprendizaje
Venta de bienes y servicios 90 horas	1. Planeación de la venta de bienes y servicios y diseño de estrategias de mercadotecnia 37 horas	<p>1.1 Realiza la planeación de la venta de bienes o servicios de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado. 18 horas</p> <p>1.2 Diseña estrategias de publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado. 19 horas</p>
	2. Dirección de la fuerza de ventas y administración de promociones 53 horas	<p>2.1 Supervisa las funciones de los agentes de ventas y vendedores de acuerdo con los tipos de ventas que pueden realizarse adaptándose a los bienes o servicios que se ofrecen. 26horas</p> <p>2.2. Administra promociones de mejora de la preventa y el incremento de la cobertura comercial de acuerdo con la ruta crítica del producto, y su cadena comercial. 27 horas</p>

2.4. Unidades de Aprendizaje

Unidad de aprendizaje:	Planeación de la venta de bienes y servicios y diseño de estrategias de mercadotecnia.	Número	1
Propósito de la unidad	Desarrollará un plan de ventas de bienes o servicios mediante el análisis de costo-volumen-utilidad, y el diseño de estrategias de mercadotecnia y presupuesto de una organización para proyectar sus ventas.		37 horas
Resultado de aprendizaje:	1.1 Realiza la planeación de la venta de bienes o servicios de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado.		18 horas

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>1.1.1. Elabora un plan de ventas para una empresa, incluyendo la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes de ventas de la empresa. • Los objetivos en términos del volumen de ventas del producto. • La investigación de los clientes y compradores reales y potenciales con que cuenta o puede contar la empresa. • Un diagnóstico de la situación en que se encuentra la empresa. • El presupuesto de ventas 	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de ventas 	20%	<p>A. Análisis y evaluación de los factores financieros</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis del costo-volumen-utilidad <ul style="list-style-type: none"> - Costo de inventarios y análisis de capacidad - Análisis de las ventas y la producción sobre la utilidad de operación - Medición del desempeño y costo absorbente de los inventarios - Análisis del costo marginal - Reingeniería de ventas - Punto de equilibrio - Planeación de utilidades - Políticas e información de ventas

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<ul style="list-style-type: none"> • El pronóstico de las ventas. • Las estrategias de ventas 						<ul style="list-style-type: none"> • Costo de campaña publicitaria, promocional y programa de mercadotecnia <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos publicitarios - Medios publicitarios - Decisión de alcance , frecuencia e impacto - Selección de vehículos de comunicación específicos - Decisión acerca de los tiempos de los medios - Evaluación de la publicidad - Organización para la publicidad B. Elaboración del presupuesto de ventas <ul style="list-style-type: none"> • Elementos del presupuesto de ventas <ul style="list-style-type: none"> –Encabezado - Cuerpo • Pronóstico de ventas de la empresa • Plan estratégico de ventas • Plan táctico de ventas

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

Resultado de aprendizaje:	1.2 Diseña estrategias de publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado.	19 horas
----------------------------------	--	----------

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>1.2.1. Diseña un anuncio publicitario estableciendo las estrategias para su publicación y elabora su presupuesto, deberá contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características del presupuesto • Programación de estrategias de publicidad y venta. 	✓	✓	✓	Anuncio publicitario con los anexos de estrategias de publicación y presupuesto.	25%	<p>A. Elaboración de anuncios publicitarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapas en la elaboración de anuncios publicitarios <ul style="list-style-type: none"> - Investigación de mercados - Investigación publicitaria - Preparación del presupuesto publicitario - Desarrollo de anuncios publicitarios eficaces - Compra de espacio - Composición del anuncio • Estrategias de publicidad <ul style="list-style-type: none"> - Por su expansión geográfica - Por su contenido - Por sus características - Por el efecto buscado - Por el público al que se dirige - Por su patrocinador - Por su efecto en la demanda - potenciales - Preacercamiento a los candidatos individuales - Presentación de ventas • Relaciones públicas <ul style="list-style-type: none"> - Diferencias y vínculos entre relaciones públicas y publicidad - Clasificación de las relaciones públicas

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
						<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de las relaciones públicas internas - Preceptos básicos de las relaciones públicas - Relaciones públicas externas - Programas de relaciones públicas <p>B. Elaboración del presupuesto publicitario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento del método publicitario <ul style="list-style-type: none"> - Método costeable - Método de porcentaje de las ventas - Método de paridad competitiva - Método de tarea y objetivo • Procedimiento para establecer el presupuesto publicitario <ul style="list-style-type: none"> - Compra de espacio - Composición del anuncio
Sesión para recapitulación y entrega de evidencias.						

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

Unidad de aprendizaje:	Dirección de la fuerza de ventas y administración de promociones.	Número	2
Propósito de la unidad	Realizará funciones de supervisión sobre la fuerza de ventas a través de estrategias establecidas por la organización para contribuir con los objetivos de venta.	53 horas	
Resultado de aprendizaje:	2.1 Supervisa las funciones de los agentes de ventas y vendedores de acuerdo con los tipos de ventas que pueden realizarse adaptándose a los bienes o servicios que se ofrecen.	26 horas	

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.1.1. Realiza un plan de supervisión para un cuerpo de fuerza de ventas de una empresa real o ficticia dedicada a la producción y venta de bebidas gaseosas refrescantes, deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis y diseño de programas para la supervisión de las actividades de ventas. • Elaboración y análisis de los informes ante los directivos. 	✓	✓	✓	Plan de supervisión.	25%	<p>A. Revisión de funciones según la estructura de la fuerza de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil del vendedor • Funciones de la gerencia de ventas <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento y selección - Capacitación del personal. - Supervisión • Estructura de la fuerza de ventas <ul style="list-style-type: none"> - Territorial - Por producto - Por clientes - Complejas - Externas e internas <p>B. Supervisión y evaluación de la fuerza de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidores • La empresa y la relación con la supervisión <ul style="list-style-type: none"> - La relación con el supervisor - Manejo de personal - Objetivos del supervisor - Actividades del supervisor

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
						<ul style="list-style-type: none"> - Ventajas de una buena supervisión de ventas • Estrategias de supervisión de mercado <ul style="list-style-type: none"> - Surtir primero al cliente más distante - Rutas descaseras - Centros particulares de distribución - Operación turismo - Proyección contra la competencia - Crecimiento horizontal del mercado - Nivelación de la distribución - Imagen empresa - Medición diaria del desempeño de jefes de ventas y supervisores - Promover los productos en fechas institucionales y especiales - Incrementar las ventas atendiendo las fiestas de cada lugar de la franquicia - Manejar escalas de frecuencia de servicio • Trato preferencial a clientes <ul style="list-style-type: none"> - clave - Atención a ferias y exposiciones - Administrar por prioridad • Evaluación del comportamiento de la fuerza de ventas

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

Resultado de aprendizaje:	2.2. Administra promociones de mejora de la preventa y el incremento de la cobertura comercial de acuerdo con la ruta crítica del producto, y su cadena comercial.	27 horas
----------------------------------	---	----------

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
<p>2.2.1. Diseña un proyecto de productividad y cálculos de preventa de una tienda de abarrotes de descuento de su comunidad, deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de productividad sobre las áreas de mejora y las acciones preventivas de la preventa de productos. • Los cálculos de venta y productividad en relación al envase óptimo en el punto de venta. • Los cálculos del promedio de vistas por cliente. • El promedio de visitas diarias • Los cálculos de participación de mercado. • El cálculo de promedio de clientes por ruta. • El cálculo de la proyección de la población • Un resumen y análisis de los cálculos <p>HETEROEVALUACIÓN</p>	✓	✓	✓	Proyecto de productividad con cálculos de preventa y productividad	30%	<p>A. Administración de promociones y diseño de estrategias de preventa de productos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción al producto <ul style="list-style-type: none"> - Producto-precio - Producto-asociado simple - Producto-asociado multiplicado - Producto asociado-para ocasiones de uso o consumo - Manejo de cupones - Productos en mancuerna y dirigidos por segmentos • Promoción al detallista <ul style="list-style-type: none"> - Promoción especial - Promoción al hogar - Actividades para llevar a cabo la promoción - Procedimiento de las promociones • Proyectos de productividad para mejora de áreas y acciones preventivas de la preventa de productos <ul style="list-style-type: none"> - Fallas en la entrega de productos - Labores de mercadeo - Comprobación de la entrega de pedidos - Pago por pedido entregado - Cliente cerrado para levantar pedido

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
						<ul style="list-style-type: none"> - Cliente cerrado o ausente para dejarle su pedido - Diferencias en la entrega contra pedidos - Venta ocasional - Aseguramiento de las ventas y desarrollo de mercado - Enfriamiento de producto (carnes, nieve o lácteos) - Limpieza del producto en exhibición y publicidad - Aseguramiento del sistema - Reportes y controles - Líneas de venta <p>B. Cálculo para la mejora de la preventa y la productividad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cálculos de venta y productividad <ul style="list-style-type: none"> - Envase óptimo en el punto de venta - Promedio de visitas por cliente - Participación de mercado - Promedio de clientes por ruta - Promedio de habitantes por detallista - Mezcla de ventas • Desarrollo de canales alternos <ul style="list-style-type: none"> - Procesos - Escenarios de trabajo • Canal y subcanal de ventas <ul style="list-style-type: none"> - Canal tienda de conveniencia

Actividades de evaluación	C	P	A	Evidencias a recopilar	Ponderación	Contenidos
						<ul style="list-style-type: none"> - Canal tienda de alimentos especializada - Canal tienda de abarrotes de descuento - Canal de abarrotes tradicionales - Canal vinos/ licores/ cervezas/ refrescos - Canal comerciante en general - Canal club de precios/ tienda de afiliación - Canal farmacia - Canal servicio de venta al detalle - Canal servicios automotrices - Canal restaurante de servicio rápido - Canal restaurante - Canal vendedor ambulante - Canal bar - Canal diversión - Canal localidades deportivas - Canal transportes - Canal hospedaje - Canal escuela primaria y secundaria - Canal universidad - Canal militar - Canal industrial - Canal servicios públicos
Sesión para recapitulación y entrega de evidencias.						

C: Conceptual

P: Procedimental

A: Actitudinal

2.5. Referencias

Básicas

- Salvio Martínez, Fernando. **Manual del Administrador de Ventas**. Editorial Trillas, 2009.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. **Fundamentos de Marketing**. Editorial Pearson, México, 2003.
- William J. Stanton. **Fundamentos de Marketing**. Editorial Mc Graw Hill, México, 2003.

Complementarias

- Eyssautier de la Mora, Maurice. **Elementos Básicos de Mercadotecnia**. Editorial Trillas, 2004.
- Galindo Cota, Ramsés A. **Mercadotecnia**. Editorial Trillas, 2006.
- Aldana Herrera, Francisco. **El Arte de la Negociación Empresarial**. Editorial Trillas, 2007.

Páginas Web

- Foro de Marketing **Disponible en:** <http://www.marketing-xxi.com/node/515> (13-11-2015).
- La promoción de ventas **Disponible en:** <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-de-ventas.html> (13-11-2015).
- Exportar paso a paso **Disponible en:** http://www.prochile.cl/exportar_paso_paso/3_mercados.php#subir (13-11-2015).
- Biblioteca digital de la Red Académica del CONALEP Contenido de libros, manuales teórico-prácticos, tutoriales interactivos, objetos de aprendizaje, manuales técnicos. Disponible en: <http://sied.conalep.edu.mx/bv3/> (13-11-2015).