



Guía pedagógica y de evaluación del módulo

Venta de bienes y servicios

Currículum Laboral

Área(s):

Contaduría y administración, Mantenimiento e instalación, Electricidad y electrónica, Tecnología y transporte, Producción y transformación

Carrera(s):

Profesional Técnico-Bachiller en

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, Procesamiento industrial de alimentos, Administración, Asistente directivo

6º semestre

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Módulo: Venta de bienes y servicios

Área(s): Contaduría y administración, Mantenimiento e instalación, Electricidad y electrónica, Tecnología y transporte, Producción y transformación

Carrera(s): PT-B en 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, Procesamiento industrial de alimentos, Administración, Asistente directivo

Semestre(s): Sexto

Horas por semana: 5

Fecha de diseño o actualización: 14 de noviembre 2025

Vigencia: a partir de la aprobación de la Junta Directiva y en tanto no se genere un documento que lo actualice.

© Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

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

Directorio

Rodrigo Alejandro Rojas Navarrete
Dirección General

Ana María Rosas Muciño
Secretaría Académica

Patricia Alejandra Bernal Monzón
Dirección de Diseño Curricular

Venta de bienes y servicios

Contenido

	Pág.
I Guía pedagógica	
1 Descripción	5
2 Generalidades pedagógicas	6
3 Orientaciones didácticas	8
4 Estrategias de aprendizaje	10
5 Autonomía didáctica	12
II Guía de evaluación	
6 Descripción	13
7 Tabla de ponderación	15
8 Matriz de valoración o rúbrica	16

I. Guía pedagógica

1. Descripción

La Guía Pedagógica, es un documento que integra elementos técnico-metodológicos planteados de acuerdo con los principios y lineamientos del **Modelo Académico del CONALEP**, para orientar la práctica educativa del docente y el proceso de aprendizaje en el alumnado en el desarrollo de habilidades previstas en los programas de estudio.

Tomando en consideración el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS) el docente asume el rol de diseñador didáctico, innovador educativo, agente de transformación social, el cual se rige por principios orientadores, acompañando al estudiantado hacia una participación activa que potencialice su desarrollo; identificando los intereses y necesidades de aprendizaje que le lleven a resolver desafíos en su contexto, favoreciendo con ello el modelo de una escuela abierta, que atienda a la diversidad cultural, lingüística, de género, a la interacción entre grupos sociales, la coherencia entre los valores y objetivos de cada módulo.

Considerando al alumnado como protagonista para la transformación social, a través del desarrollo de un pensamiento crítico, analítico y flexible, se busca acercarle elementos de apoyo que le muestren cómo desarrollar **habilidades, conocimientos, actitudes y valores** en un contexto específico. Mediante la guía pedagógica el alumno podrá **autogestionar su aprendizaje** por medio del uso de estrategias flexibles y apropiadas que se puedan transferir y adoptar a nuevas situaciones y contextos, e ir dando seguimiento a sus avances a través de la autoevaluación, la coevaluación y la evaluación formativa.

2. Generalidades pedagógicas

Nuestro modelo académico se fundamenta en una base pedagógica centrada en la teoría constructivista con un enfoque humanista, que reconoce la diversidad local, regional, nacional e internacional; combinado con el nuevo MCCEMS permite mantener una didáctica que apuesta por el desarrollo de la voluntad de aprender y por la conexión entre el contenido teórico y la realidad.

Se pretende fomentar un aprendizaje, situado, profundo y significativo, que promueva la transversalidad mediante el desarrollo de estrategias de enseñanza basadas en proyectos integradores, que articulen los conocimientos con las unidades de aprendizaje y con los recursos socioemocionales, orientando a la formación integral del estudiantado.

El alumnado asume un rol protagónico en el proceso educativo, involucrándose en la resolución de problemas económicos, políticos, sociales y ambientales para contribuir a la construcción de un mundo más justo, pacífico y sostenible, bajo el acompañamiento, orientación y conducción del docente, quien, basándose en su experiencia, buscará combinar estrategias didácticas que incorporen materiales y recursos significativos para el aprendizaje del estudiante.

De acuerdo con lo anterior, se debe considerar que el papel que juega el alumnado y el personal docente en el marco del Modelo Académico del CONALEP tenga, entre otras, las siguientes características:

El alumnado:

- ❖ Gestiona su aprendizaje permanente.
- ❖ Mejora su capacidad para resolver problemas.
- ❖ Trabaja de forma colaborativa.
- ❖ Se comunica asertivamente.
- ❖ Busca información actualizada de fuentes confiables.
- ❖ Construye su conocimiento.
- ❖ Adopta una posición crítica, autónoma y propositiva.
- ❖ Realiza responsablemente los procesos de autoevaluación y coevaluación.
- ❖ Se vuelve agente de transformación social.
- ❖ Actúa con valores y principios éticos.
- ❖ Practica hábitos saludables para el autocuidado.
- ❖ Construye un pensamiento crítico, analítico y flexible.

El personal docente:

- ❖ Considera necesidades e intereses de los estudiantes que propicien la motivación y participación activa.
- ❖ Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje.
- ❖ Planifica los procesos de enseñanza dirigidos al logro de resultados de aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora aplicado a su contexto.
- ❖ Evalúa los aprendizajes con un enfoque formativo, retroalimentando para la búsqueda de la mejora continua.
- ❖ Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo.
- ❖ Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes.
- ❖ Propone proyectos integradores en búsqueda de la transversalidad, para la solución de problemáticas contextuales, vinculadas a la comunidad generando el sentido de la experimentación pedagógica.
- ❖ Utiliza tecnologías de la información y comunicación, tecnologías de aprendizaje y conocimiento, tecnologías del empoderamiento y participación, como recursos didácticos.
- ❖ Agente de transformación social.
- ❖ Participa de forma colaborativa en el trabajo de academias.

3. Orientaciones didácticas

Para el logro del propósito de cada **unidad de aprendizaje** del módulo, se recomienda al personal docente lo siguiente:

- Identificar los componentes básicos de los resultados de aprendizaje para realizar la planeación didáctica, seleccionando actividades pertinentes y contextualizadas, considerando los elementos con los que se puede trabajar el contenido y que promuevan la reflexión, el diálogo y la discusión.
- Plantear el objetivo de cada actividad, asegurando su contextualización de acuerdo con las características de la comunidad, municipio, región y estados, y aplicando métodos y estrategias que favorezcan aprendizajes significativos.
- Abordar conocimientos previos a través de actividades diseñadas para explorar saberes e ideas precedentes, seleccionando aquellas que activen la atención del estudiantado y promuevan la participación.
- Retroalimentar las actividades y trabajos del estudiantado para orientar sobre sus avances y áreas de mejora, promoviendo la coevaluación, autoevaluación y heteroevaluación para favorecer una retroalimentación formativa y asertiva.
- Plantear actividades dirigidas al trabajo directo con la comunidad, como complemento a lo revisado en clase, y fomentar el aprendizaje práctico fuera del aula, incluyendo dinámicas con la comunidad y familiares.
- Aplicar la transversalidad buscando proyectos que se interrelacionen de forma horizontal y vertical basado en el mapa curricular.
- Promover la coevaluación, autoevaluación y heteroevaluación para favorecer la retroalimentación formativa y asertiva
- Crear o mantener un repositorio de información digital donde el estudiantado pueda consultar los materiales necesarios.
- Ajustes razonables: Realizar adaptaciones en las prácticas de instrucción y evaluación para estudiantes con necesidades especiales, eliminando barreras y permitiendo su plena participación.
- Ambiente educativo inclusivo: Fomentar un entorno educativo inclusivo y accesible para todos los estudiantes, asegurando la comunicación efectiva entre docentes, padres y especialistas para atender las necesidades específicas de cada estudiante.
- Promover la transparencia, honestidad y responsabilidad en las acciones cotidianas de los estudiantes, desarrollando su pensamiento crítico a través de debates y análisis éticos.
- Motivar a los estudiantes a participar activamente en la vida comunitaria, comprender sus derechos y deberes, y realizar proyectos que integren principios de derechos humanos y respeto mutuo.

- Igualdad: Mantener y promover una postura que fomente la inclusión y valoración de la diversidad, integrando información sobre igualdad y no discriminación. Asegurar entornos educativos inclusivos y seguros, especialmente para mujeres, niñas, adolescentes y personas en situación de vulnerabilidad, impulsando la cultura de paz y respeto en toda la comunidad escolar.
- Durante el desarrollo del módulo, se recomienda considerar la Didáctica de la Formación Socioemocional y los acuerdos del MCCEMS, a fin de integrar en sus prácticas educativas los Recursos Socioemocionales y Ámbitos de la Formación socioemocional del currículum ampliado, enfatizando la formación de estudiantes responsables y comprometidos con su bienestar y el de su comunidad. Los acuerdos se pueden encontrar en las siguientes ligas:
 - Acuerdo número 09/05/24 que modifica el diverso número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior.
https://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/26394/1/images/a09_05_24.pdf
 - Acuerdo número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior.
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5699835&fecha=25/08/2023#gsc.tab=0
 - Anexo del Acuerdo número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior. https://www.dof.gob.mx/2023/SEP/ANEXO_ACUERDO_MCCEMS.pdf

4. Estrategias de aprendizaje

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 1.1, se recomienda al alumnado:

- Analizar los resultados de la investigación de mercado para identificar necesidades, preferencias y segmentos de clientes.
- Definir los objetivos de venta en función de la información obtenida.
- Seleccionar los bienes o servicios que se ajusten mejor a la demanda detectada.
- Diseñar estrategias de venta considerando canales, precios y promociones.
- Elaborar un plan de acción con pasos concretos para la venta de los productos o servicios.
- Asignar recursos humanos, materiales y financieros necesarios para ejecutar la venta.
- Establecer un cronograma de actividades de promoción y venta.
- Simular la presentación del plan de ventas frente al grupo o en equipos.
- Comparar diferentes propuestas de planeación de ventas elaboradas por los estudiantes.
- Evaluar la coherencia del plan de ventas con los resultados de la investigación de mercado y con las políticas de la empresa.
- **Realizar la actividad de evaluación 1.1.1 considerando la rúbrica correspondiente**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 1.2, se recomienda al alumnado:

- Analizar los resultados de la investigación de mercado para identificar necesidades, preferencias y segmentos de clientes.
- Investigar los canales más efectivos para publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas.
- Definir objetivos específicos para cada estrategia de marketing.
- Diseñar campañas de publicidad creativas que se ajusten a los perfiles de los clientes.
- Elaborar guiones o protocolos para la venta personal, enfocándose en la persuasión y atención al cliente.
- Planificar promociones de ventas, considerando descuentos, ofertas especiales y programas de fidelización.
- Diseñar acciones de relaciones públicas para fortalecer la imagen de la empresa y generar confianza.
- Asignar recursos necesarios (humanos, financieros y materiales) para implementar las estrategias.
- Simular la presentación de las estrategias ante un público o equipo de trabajo.
- Evaluar la coherencia de las estrategias con los resultados de la investigación de mercado y con los objetivos de la empresa.
- **Realizar la actividad de evaluación 1.2.1 considerando la rúbrica correspondiente**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 2.1, se recomienda al alumnado:

- Investigar los tipos de ventas que se aplican a los distintos bienes o servicios de la empresa.
- Revisar las funciones y responsabilidades asignadas a cada agente de ventas o vendedor.
- Observar las actividades de ventas en terreno o simulaciones para evaluar desempeño.
- Comparar los resultados obtenidos por los agentes con los objetivos de venta establecidos.

- Detectar áreas de mejora en la aplicación de estrategias de venta y atención al cliente.
- Retroalimentar a los vendedores sobre su desempeño, destacando fortalezas y áreas de mejora.
- Asignar tareas o responsabilidades adicionales para mejorar la eficiencia de la venta según el tipo de producto o servicio.
- Registrar en un informe los hallazgos de la supervisión y las acciones recomendadas.
- Analizar los indicadores de desempeño de ventas y su alineación con los tipos de ventas y productos ofrecidos.
- Presentar recomendaciones al equipo de ventas para optimizar los procesos y la efectividad en la venta.
- **Realizar la actividad de evaluación 2.1.1 considerando la rúbrica correspondiente**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 2.2, se recomienda al alumnado:

- Analizar la ruta crítica del producto y su cadena comercial para identificar oportunidades de promoción.
- Investigar los puntos de contacto con clientes y distribuidores donde se puedan aplicar acciones de preventa.
- Diseñar promociones específicas para mejorar la preventa según las características del producto.
- Planificar estrategias para ampliar la cobertura comercial en mercados o segmentos objetivos.
- Asignar recursos humanos, materiales y financieros para ejecutar las promociones.
- Implementar acciones de promoción en coordinación con el equipo de ventas y canales de distribución.
- Monitorear los resultados de las promociones aplicadas y su efecto en la cobertura comercial.
- Registrar los indicadores de desempeño y avances en un reporte de administración de promociones.
- Evaluar la efectividad de las acciones y realizar ajustes conforme a los resultados obtenidos.
- Presentar conclusiones y recomendaciones para optimizar futuras promociones y ampliar la cobertura comercial.
- **Realizar la actividad de evaluación 2.2.1 considerando la rúbrica correspondiente**

5. Autonomía didáctica

De acuerdo con el MCCEMS, las y los docentes tienen la facultad de decidir estrategias pedagógicas basadas en el contexto y las necesidades del estudiantado, utilizando el PAEC, las progresiones de aprendizaje, resultados de aprendizaje o competencias laborales, para planificar y retroalimentar los procesos de enseñanza. La flexibilidad permite adaptar estos programas a la diversidad de contextos educativos y características tanto del estudiantado como del personal docente.

Con ello, se reconoce que la función del personal docente implica, ante todo, una labor de investigación y promoción del autoaprendizaje; fomentando actividades que consideren el aprendizaje contextualizado, colaborativo, participativo y lúdico, así como el diálogo, el trabajo en equipo y la utilización pertinente, sostenible y responsable de las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje digital (TICCAD), en los procesos de la vida cotidiana con una perspectiva crítica de los contenidos y materiales disponibles en medios electrónicos, plataformas virtuales y redes sociales.

En este sentido, el personal docente seleccionará y realizará prácticas y actividades transversales que garanticen un mayor desarrollo de aprendizajes y habilidades, basadas en su experiencia, el contexto del grupo, la comunidad y el desempeño del estudiantado, priorizando las corrientes pedagógicas actuales y las tecnologías de información y comunicación (TIC), las tecnologías del aprendizaje y conocimiento (TAC) y las tecnologías del empoderamiento y la participación (TEP) como herramientas de apoyo al proceso de enseñanza – aprendizaje.

De igual manera, se espera que el estudiantado asuma su responsabilidad y tome un papel activo en el proceso de desarrollo de habilidades, conocimientos, actitudes y valores que le permitirán ingresar al mundo laboral y participar de manera destacada en la sociedad.

II. Guía de evaluación

6. Descripción

La guía de evaluación es un documento que define el proceso de recolección y valoración de las evidencias requeridas por el módulo desarrollado y tiene el propósito de orientar en la evaluación de las habilidades, conocimientos y actitudes adquiridos por el estudiantado, asociados a los Resultados de Aprendizaje; en donde, además, se describen las técnicas y los instrumentos a utilizar, así como la ponderación de cada actividad de evaluación.

Durante el proceso de enseñanza - aprendizaje es importante considerar tres finalidades de evaluación: diagnóstica, formativa y sumativa.

La **evaluación diagnóstica** nos permite establecer un punto de partida fundamentado en la detección de la situación en la que se encuentran nuestros estudiantes. Permite también establecer vínculos socio-afectivos entre el docente y su grupo. El estudiantado a su vez podrá obtener información sobre los aspectos donde deberá hacer énfasis en su dedicación. El docente podrá identificar intereses, necesidades y características del grupo para orientar adecuadamente sus estrategias. En esta etapa pueden utilizarse mecanismos informales de recopilación de información.

La **evaluación formativa** se realiza durante todo el proceso de aprendizaje del estudiantado, de manera constante, ya sea al finalizar cada actividad de aprendizaje o en la integración de varias de éstas. Tiene como finalidad informar al estudiantado de sus avances con respecto a los aprendizajes que deben alcanzar y advertirle sobre dónde y en qué aspectos tiene debilidades o dificultades para poder regular sus procesos. Aquí se admiten errores, se identifican y se corrigen; es factible trabajar colaborativamente. Asimismo, el personal docente puede asumir nuevas estrategias que contribuyan a mejorar los resultados del grupo, entendiendo que la evaluación es un proceso que construye para retroalimentar y tomar decisiones orientadas a la mejora continua, en distintos rubros.

Finalmente, la **evaluación sumativa** es adoptada básicamente por una función social, ya que mediante ella se asume una acreditación, una promoción, un fracaso escolar, índices de deserción, etc., a través de criterios estandarizados y claramente definidos. Las evidencias se elaboran en forma individual, puesto que se está asignando, convencionalmente, un criterio o valor. Manifiesta la síntesis de los logros obtenidos por ciclo o período escolar.

Con respecto al agente o responsable de llevar a cabo la evaluación, se distinguen tres categorías: la **autoevaluación** que se refiere a la valoración que hace el alumno sobre su propia actuación, lo que le permite reconocer sus posibilidades, limitaciones y cambios necesarios para mejorar su aprendizaje. Los roles de evaluador y evaluado coinciden en la misma persona.

La **coevaluación** es aquella en la que las y los alumnos se evalúan mutuamente, es decir, evaluadores y evaluados intercambian su papel alternativamente; las y los alumnos en conjunto, participan en la valoración de los aprendizajes logrados, ya sea por algunos de sus miembros o del grupo en su conjunto; la coevaluación permite al alumnado y al profesorado:

- Identificar los logros personales y grupales
- Fomentar la participación, reflexión y crítica constructiva ante situaciones de aprendizaje
- Opinar sobre su actuación dentro del grupo
- Desarrollar actitudes que promuevan la integración del grupo
- Mejorar su responsabilidad e identificación con el trabajo
- Emitir juicios valorativos acerca de otros en un ambiente de libertad, compromiso y responsabilidad

La **heteroevaluación** es el tipo de evaluación que con mayor frecuencia se utiliza, donde el docente es quien evalúa, su variante externa, se da cuando agentes no integrantes del proceso enseñanza-aprendizaje son los evaluadores, otorgando cierta objetividad por su no implicación.

En dos rúbricas diferentes de la guía de evaluación se establece un indicador específico para la autoevaluación y coevaluación; a su vez, la heteroevaluación queda establecida en una rúbrica que podría ser evaluada por un experto o docente que no haya impartido el módulo a ese grupo.

Cada uno de los Resultados de Aprendizaje (RA) tiene asignada al menos una actividad de evaluación (AE), a la que se le ha determinado una ponderación con respecto a su complejidad y relevancia. Las ponderaciones de las AE deberán sumar 100%.

7. Tabla de ponderación

La ponderación que se asigna en cada una de las actividades de evaluación se representa en la Tabla de ponderación que, además, contiene los Resultados y Unidades de aprendizaje a las cuales pertenecen. La columna “Actividad de evaluación” indica la codificación asignada a ésta desde el programa de estudios y que a su vez queda vinculada al Sistema de Evaluación Escolar (SAE). Asimismo, la columna “Peso específico”, señala el porcentaje definido para cada actividad; la columna “Peso logrado” es el nivel que la o el alumno alcanzó con base en las evidencias o desempeños demostrados; y la columna “Peso acumulado” se refiere a la suma de los porcentajes alcanzados en las diversas actividades de evaluación a lo largo del ciclo escolar.

Unidad de aprendizaje	Resultado de aprendizaje	Actividad de evaluación	% Peso específico	% Peso logrado	% Peso acumulado
1. Planeación de la venta de bienes y servicios y diseño de estrategias de mercadotecnia	1.1 Realiza la planeación de la venta de bienes o servicios de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado.	1.1.1	20		
	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.	1.2.1	25		
% PESO PARA LA UNIDAD			45%		
2. Dirección de la fuerza de ventas y administración de promociones	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.	2.1.1	25		
	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.	2.2.1	30		
% PESO PARA LA UNIDAD			55%		
PESO TOTAL DEL MÓDULO			100%		

8. Matriz de valoración o rúbrica

Otro elemento que complementa a la Tabla de ponderación es la rúbrica o matriz de valoración, que establece los indicadores y criterios a considerar para evaluar una habilidad, destreza o actitud. Una matriz de valoración o rúbrica es, como su nombre lo indica, una matriz de doble entrada en la cual se establecen, por un lado, los indicadores o aspectos específicos que se deben tomar en cuenta como mínimo indispensable para evaluar si se ha logrado el resultado de aprendizaje esperado y, por otro, los criterios o niveles de calidad o satisfacción alcanzados. En las columnas centrales se describen los criterios que se van a utilizar para evaluar esos indicadores, explicando cuáles son las características de cada uno. Los criterios que se han establecido son:

- ✓ **Excelente**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje, además de cumplir con los estándares o requisitos establecidos como necesarios en el logro de la habilidad, destreza o actitud, es decir, va más allá de lo que se solicita como mínimo, aportando elementos adicionales en pro del indicador.
- ✓ **Bueno**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje, es decir, cumple con los estándares o requisitos establecidos como necesarios para demostrar el logro de la habilidad, destreza o actitud.
- ✓ **Suficiente**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje con áreas de mejora.
- ✓ **Insuficiente**, no ha logrado alcanzar el resultado de aprendizaje.

Siglema:	VEBS-20	Nombre del módulo:	Venta de bienes y servicios	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
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.			Actividad de evaluación:	1.1.1. Elabora un plan de ventas para una empresa.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Proyecto de investigación de mercado	40	<p>Integra en un documento la siguiente información:</p> <p>Lista de las actividades planeadas para el desarrollo de la investigación de mercado.</p> <p>El estudio de investigación motivacional sobre la medición de actitudes del consumidor de acuerdo con la empresa.</p> <p>Investigación publicitaria sobre la efectividad de campañas y anuncios y la investigación de medios.</p> <p>Evidencias sobre la investigación experimental en la prueba de mercados.</p> <p>Programa de mercadotecnia.</p>	<p>Integra en un documento la siguiente información:</p> <p>Lista de las actividades planeadas para el desarrollo de la investigación de mercado.</p> <p>El estudio de investigación motivacional sobre la medición de actitudes del consumidor de acuerdo con la empresa.</p> <p>Investigación publicitaria sobre la efectividad de campañas y anuncios y la investigación de medios.</p> <p>Evidencias sobre la investigación experimental en la prueba de mercados.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Lista de las actividades planeadas para el desarrollo de la investigación de mercado.</p> <p>El estudio de investigación motivacional sobre la medición de actitudes del consumidor de acuerdo con la empresa.</p> <p>Investigación publicitaria sobre la efectividad de campañas y anuncios y la investigación de medios.</p> <p>Evidencias sobre la investigación experimental en la prueba de mercados.</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Lista de las actividades planeadas para el desarrollo de la investigación de mercado.</p> <p>El estudio de investigación motivacional sobre la medición de actitudes del consumidor de acuerdo con la empresa.</p> <p>Investigación publicitaria sobre la efectividad de campañas y anuncios y la investigación de medios.</p> <p>Evidencias sobre la investigación experimental en la prueba de mercados.</p>
Plan de ventas	40	<p>Integra un documento con la siguiente información:</p> <p>Antecedentes de ventas de la empresa.</p> <p>Los objetivos en términos del volumen de ventas del producto.</p> <p>La investigación de los clientes y compradores reales y potenciales con que cuenta o puede contar la empresa.</p>	<p>Integra un documento con a la siguiente información:</p> <p>Antecedentes de ventas de la empresa.</p> <p>Los objetivos en términos del volumen de ventas del producto.</p> <p>La investigación de los clientes y compradores reales y potenciales con que cuenta o puede contar la empresa.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Antecedentes de ventas de la empresa.</p> <p>Los objetivos en términos del volumen de ventas del producto.</p> <p>La investigación de los clientes y compradores reales y potenciales con que cuenta o puede contar la empresa.</p>	<p>Omite los siguientes elementos:</p> <p>Antecedentes de ventas de la empresa.</p> <p>Los objetivos en términos del volumen de ventas del producto.</p> <p>La investigación de los clientes y compradores reales y potenciales con que cuenta o puede contar la empresa.</p>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		Un diagnóstico de la situación en que se encuentra la empresa. El presupuesto de ventas El pronóstico de las ventas. Las estrategias de ventas El análisis y recomendaciones para el plan de ventas. Detalla por escrito el proceso seguido para la elaboración del plan.	Un diagnóstico de la situación en que se encuentra la empresa. El presupuesto de ventas El pronóstico de las ventas. Las estrategias de ventas	Un diagnóstico de la situación en que se encuentra la empresa. El presupuesto de ventas El pronóstico de las ventas. Las estrategias de ventas	Un diagnóstico de la situación en que se encuentra la empresa. El presupuesto de ventas El pronóstico de las ventas. Las estrategias de ventas
Presentación escrita	15	Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente La información requerida en forma ordenada y paginada Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica y fidedigna. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración. Agrega un apartado en donde muestre el diagrama de las actividades a realizar para la realización del estudio	Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente La información requerida en forma ordenada y paginada Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica y fidedigna. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente La información requerida en forma ordenada y paginada Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica y fidedigna. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración.	Omite integrar los siguientes elementos: Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente La información requerida en forma ordenada y paginada Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica y fidedigna. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración.
Autoevaluación	5	Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.	Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.	Omite integrar los siguientes elementos: Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase. Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo.	Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.	Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden. Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.	Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden. Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.
	100				

Siglema:	VEBS-20	Nombre del módulo:	Venta de bienes y servicios	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
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.			Actividad de evaluación:	1.2.1. Diseña un anuncio publicitario estableciendo las estrategias para su publicación y elabora su presupuesto.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Estrategias de publicidad y promoción de ventas	20	El diseño del anuncio presenta un nuevo producto. El anuncio especifica la meta buscada. El tipo de anuncio corresponde con el tipo de público al que va dirigido El desarrollo del anuncio corresponde al presupuesto asignado La calendarización y actividades para desarrollar para la estrategia de publicidad. El plan de los procedimientos, métodos y habilidades para la promoción del producto. Contempla el presupuesto y calendarización de los medios publicitarios.	El diseño del anuncio presenta un nuevo producto. El anuncio especifica la meta buscada. El tipo de anuncio corresponde con el tipo de público al que va dirigido El desarrollo del anuncio corresponde al presupuesto asignado La calendarización y actividades para desarrollar para la estrategia de publicidad. El plan de los procedimientos, métodos y habilidades para la promoción del producto.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: El diseño del anuncio presenta un nuevo producto. El anuncio especifica la meta buscada. El tipo de anuncio corresponde con el tipo de público al que va dirigido El desarrollo del anuncio corresponde al presupuesto asignado La calendarización y actividades para desarrollar para la estrategia de publicidad. El plan de los procedimientos, métodos y habilidades para la promoción del producto.	Omite integrar los siguientes elementos: El diseño del anuncio presenta un nuevo producto. El anuncio especifica la meta buscada. El tipo de anuncio corresponde con el tipo de público al que va dirigido El desarrollo del anuncio corresponde al presupuesto asignado La calendarización y actividades para desarrollar para la estrategia de publicidad. El plan de los procedimientos, métodos y habilidades para la promoción del producto.
Anuncio	30	Integra el anuncio considerando los siguientes puntos: El bien o servicio por publicitar. Especifica el material de que está hecho el producto o el servicio que se ofrece.	El anuncio considera los siguientes puntos: El bien o servicio por publicitar. Especifica el material de que está hecho el producto o el servicio que se ofrece. Se inicia con una promesa de un beneficio.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: El bien o servicio por publicitar. Especifica el material de que está hecho el producto o el servicio que se ofrece. Se inicia con una promesa de un beneficio.	Omite integrar los siguientes elementos: El bien o servicio por publicitar. Especifica el material de que está hecho el producto o el servicio que se ofrece. Se inicia con una promesa de un beneficio.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		<p>Se inicia con una promesa de un beneficio.</p> <p>Termina con una llamada a la acción.</p> <p>Es simple de comprender.</p> <p>Es claro en su exposición.</p> <p>Llama la atención e invita a ser leído.</p> <p>Contiene suficiente información.</p> <p>Señala todas las virtudes del producto o servicio.</p> <p>Transmite el mensaje que se desea.</p> <p>Es de fácil lectura.</p> <p>La información se encuentra debidamente ordenada.</p> <p>Muestra la marca del producto o servicio.</p> <p>Impacta debidamente sobre el producto o servicio.</p> <p>Lo exhibe por video</p>	<p>Termina con una llamada a la acción.</p> <p>Es simple de comprender.</p> <p>Es claro en su exposición.</p> <p>Llama la atención e invita a ser leído.</p> <p>Contiene suficiente información.</p> <p>Señala todas las virtudes del producto o servicio.</p> <p>Transmite el mensaje que se desea.</p> <p>Es de fácil lectura.</p> <p>La información se encuentra debidamente ordenada.</p> <p>Muestra la marca del producto o servicio.</p> <p>Impacta debidamente sobre el producto o servicio.</p>	<p>Termina con una llamada a la acción.</p> <p>Es simple de comprender.</p> <p>Es claro en su exposición.</p> <p>Llama la atención e invita a ser leído.</p> <p>Contiene suficiente información.</p> <p>Señala todas las virtudes del producto o servicio.</p> <p>Transmite el mensaje que se desea.</p> <p>Es de fácil lectura.</p> <p>La información se encuentra debidamente ordenada.</p> <p>Muestra la marca del producto o servicio.</p> <p>Impacta debidamente sobre el producto o servicio.</p>	<p>Termina con una llamada a la acción.</p> <p>Es simple de comprender.</p> <p>Es claro en su exposición.</p> <p>Llama la atención e invita a ser leído.</p> <p>Contiene suficiente información.</p> <p>Señala todas las virtudes del producto o servicio.</p> <p>Transmite el mensaje que se desea.</p> <p>Es de fácil lectura.</p> <p>La información se encuentra debidamente ordenada.</p> <p>Muestra la marca del producto o servicio.</p> <p>Impacta debidamente sobre el producto o servicio.</p>
Presupuesto	20	<p>Periodo que abarca.</p> <p>Cantidad o importe de cada concepto</p> <p>Totales parciales y generales</p> <p>Gastos de los medios publicitarios</p> <p>Gastos por promoción</p> <p>Gastos por fuerza de ventas</p> <p>Gastos por la efectividad de la publicidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de opiniones y de actitud - Pruebas de laboratorio - Pruebas y encuestas en zonas de ventas 	<p>Periodo que abarca.</p> <p>Cantidad o importe de cada concepto</p> <p>Totales parciales y generales</p> <p>Gastos de los medios publicitarios</p> <p>Gastos por promoción</p> <p>Gastos por fuerza de ventas</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Periodo que abarca.</p> <p>Cantidad o importe de cada concepto</p> <p>Totales parciales y generales</p> <p>Gastos de los medios publicitarios</p> <p>Gastos por promoción</p> <p>Gastos por fuerza de ventas</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Periodo que abarca.</p> <p>Cantidad o importe de cada concepto</p> <p>Totales parciales y generales</p> <p>Gastos de los medios publicitarios</p> <p>Gastos por promoción</p> <p>Gastos por fuerza de ventas</p>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Programación de estrategias de publicidad y ventas	20	<p>Fijación de las metas</p> <p>Fijación de las políticas</p> <p>Fijación del territorio de ventas</p> <p>Programación de la capacitación y motivación al personal</p> <p>Establecimiento de centros particulares de distribución.</p> <p>Medios de reparto</p> <p>Formas de ventas</p> <p>Productos promocionales</p> <p>Lugares promocionales</p> <p>Medios de publicidad</p> <p>Estrategia de asociación con otra empresa</p>	<p>Fijación de las metas</p> <p>Fijación de las políticas</p> <p>Fijación del territorio de ventas</p> <p>Programación de la capacitación y motivación al personal</p> <p>Establecimiento de centros particulares de distribución.</p> <p>Medios de reparto</p> <p>Formas de ventas</p> <p>Productos promocionales</p> <p>Lugares promocionales</p> <p>Medios de publicidad</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Fijación de las metas</p> <p>Fijación de las políticas</p> <p>Fijación del territorio de ventas</p> <p>Programación de la capacitación y motivación al personal</p> <p>Establecimiento de centros particulares de distribución.</p> <p>Medios de reparto</p> <p>Formas de ventas</p> <p>Productos promocionales</p> <p>Lugares promocionales</p> <p>Medios de publicidad</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Fijación de las metas</p> <p>Fijación de las políticas</p> <p>Fijación del territorio de ventas</p> <p>Programación de la capacitación y motivación al personal</p> <p>Establecimiento de centros particulares de distribución.</p> <p>Medios de reparto</p> <p>Formas de ventas</p> <p>Productos promocionales</p> <p>Lugares promocionales</p> <p>Medios de publicidad</p>
<p>Presentación escrita</p> <p>Coevaluación</p>	10	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada y es lógica.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p> <p>Agrega un apartado en donde muestre el diagrama de las actividades a realizar para la realización del estudio</p>	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada y es lógica.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada y es lógica.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada y es lógica.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p>
	100				

Siglema:	VEBS-20	Nombre del módulo:	Venta de bienes y servicios	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
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.			Actividad de evaluación:	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.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Análisis y diseño de programa	40	Integra un documento con la siguiente información: El instrumento de evaluación para la verificación de la calidad del servicio al cliente. Las políticas y recomendaciones sobre el uso de las herramientas, vehículos y equipo usado para las ventas El curso de capacitación al personal de ventas para evitar el desperdicio de materiales y tiempo. Su programa para incrementar la seguridad en las actividades de venta.	Integra un documento con la siguiente información: El instrumento de evaluación para la verificación de la calidad del servicio al cliente. Las políticas y recomendaciones sobre el uso de las herramientas, vehículos y equipo usado para las ventas El curso de capacitación al personal de ventas para evitar el desperdicio de materiales y tiempo.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: El instrumento de evaluación para la verificación de la calidad del servicio al cliente. Las políticas y recomendaciones sobre el uso de las herramientas, vehículos y equipo usado para las ventas El curso de capacitación al personal de ventas para evitar el desperdicio de materiales y tiempo.	Omite integrar los siguientes elementos: El instrumento de evaluación para la verificación de la calidad del servicio al cliente. Las políticas y recomendaciones sobre el uso de las herramientas, vehículos y equipo usado para las ventas El curso de capacitación al personal de ventas para evitar el desperdicio de materiales y tiempo.
Elaboración y análisis	40	Integra un documento con la siguiente información: Los objetivos de la supervisión. Las actividades que debe realizar un supervisor en función de la empresa. Las ventajas que se obtendrán con las estrategias de supervisión de ventas.	Integra un documento con la siguiente información: Los objetivos de la supervisión. Las actividades que debe realizar un supervisor en función de la empresa. Las ventajas que se obtendrán con las estrategias de supervisión de ventas.	Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: Los objetivos de la supervisión. Las actividades que debe realizar un supervisor en función de la empresa. Las ventajas que se obtendrán con las estrategias de supervisión de ventas.	Omite integrar los siguientes elementos: Los objetivos de la supervisión. Las actividades que debe realizar un supervisor en función de la empresa. Las ventajas que se obtendrán con las estrategias de supervisión de ventas.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		El programa de control de supervisión.			
Presentación escrita	10	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada. Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p> <p>Agrega un apartado en donde muestre un manual dirigido al supervisor de ventas con las actividades que tendrá que realizar</p>	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada. Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: La información requerida en forma ordenada y paginada. Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos: La información requerida en forma ordenada y paginada. Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales. La información presentada está estructurada y es lógica. Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p>
Actitudes	10	<p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden. Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.</p>	<p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden. Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos: Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos. Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo.		Muestra respeto a la diversidad de opiniones de sus compañeros de clase.	
	100				

Siglema:	VEBS-20	Nombre del módulo:	Venta de bienes y servicios	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
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.			Actividad de evaluación:	2.2.1 Diseña un proyecto de productividad y cálculos de preventa de una tienda de abarrotes de descuento de su comunidad. Heteroevaluación

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Cálculos de venta	40	<p>Integra un documento con la información siguiente: Los cálculos de venta y productividad con 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. Conclusiones y recomendaciones sobre mejora en las ventas.</p>	<p>Integra un documento con la información siguiente: Los cálculos de venta y productividad con 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>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: Los cálculos de venta y productividad con 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>	<p>Omite integrar los siguientes elementos: Los cálculos de venta y productividad con 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>
Diseño del proyecto	40	<p>Presenta proyecto de productividad sobre las áreas de mejora y las acciones preventivas de la preventa de productos: - Área de mejora 1: Fallas en la entrega de productos.</p>	<p>Presenta proyecto de productividad sobre las áreas de mejora y las acciones preventivas de la preventa de productos: - Área de mejora 1: Fallas en la entrega de productos.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos: - Área de mejora 1: Fallas en la entrega de productos. - Área de mejora 2: Labores de mercadeo.</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos: - Área de mejora 1: Fallas en la entrega de productos. - Área de mejora 2: Labores de mercadeo.</p>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		<ul style="list-style-type: none"> - Área de mejora 2: Labores de mercadeo. - Área de mejora 3: Comprobación de la entrega de pedidos. - Área de mejora 4: Pago por pedido entregado. - Área de mejora 5: Venta ocasional. - Área de mejora 6: Aseguramiento de las ventas y desarrollo de mercado. - Área de mejora 7: Enfriamiento de producto. - Área de mejora 8: Limpieza del producto en exhibición y publicidad. - Área de mejora 9: Reportes y controles. <p>Presenta conclusiones y recomendaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Área de mejora 2: Labores de mercadeo. - Área de mejora 3: Comprobación de la entrega de pedidos. - Área de mejora 4: Pago por pedido entregado. - Área de mejora 5: Venta ocasional. - Área de mejora 6: Aseguramiento de las ventas y desarrollo de mercado. - Área de mejora 7: Enfriamiento de producto. - Área de mejora 8: Limpieza del producto en exhibición y publicidad. - Área de mejora 9: Reportes y controles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Área de mejora 3: Comprobación de la entrega de pedidos. - Área de mejora 4: Pago por pedido entregado. - Área de mejora 5: Venta ocasional. - Área de mejora 6: Aseguramiento de las ventas y desarrollo de mercado. - Área de mejora 7: Enfriamiento de producto. - Área de mejora 8: Limpieza del producto en exhibición y publicidad. - Área de mejora 9: Reportes y controles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Área de mejora 3: Comprobación de la entrega de pedidos. - Área de mejora 4: Pago por pedido entregado. - Área de mejora 5: Venta ocasional. - Área de mejora 6: Aseguramiento de las ventas y desarrollo de mercado. - Área de mejora 7: Enfriamiento de producto. - Área de mejora 8: Limpieza del producto en exhibición y publicidad. - Área de mejora 9: Reportes y controles.
Presentación escrita	10	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada, es lógica y fidedigna.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p> <p>Agrega un apartado en donde muestre un manual dirigido al supervisor de ventas con las</p>	<p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada, es lógica y fidedigna.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada, es lógica y fidedigna.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Contiene los elementos de formato establecidos por el Docente</p> <p>La información requerida en forma ordenada y paginada</p> <p>Cumple con las reglas ortográficas y gramaticales.</p> <p>La información presentada está estructurada, es lógica y fidedigna.</p> <p>Incluye referencias bibliográficas o páginas de internet consultadas para su elaboración o documentación base</p>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		actividades que tendrá que realizar.			
Actitudes	10	<p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</p> <p>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</p> <p>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</p> <p>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</p> <p>Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p> <p>Demuestra confianza en sus propias capacidades.</p> <p>Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</p>	<p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</p> <p>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</p> <p>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</p> <p>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</p> <p>Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p> <p>Demuestra confianza en sus propias capacidades.</p>	<p>Omite integrar cualquiera de los siguientes elementos:</p> <p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</p> <p>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</p> <p>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</p> <p>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</p> <p>Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p> <p>Demuestra confianza en sus propias capacidades.</p>	<p>Omite integrar los siguientes elementos:</p> <p>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</p> <p>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</p> <p>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</p> <p>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</p> <p>Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</p> <p>Demuestra confianza en sus propias capacidades.</p>
	100				