


ASIGNATURA DE ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Competencias	<p>Dirigir proyectos de negocios y de actividades logísticas utilizando fuentes de información y técnicas especializadas, para apoyar a la competitividad y rentabilidad de la organización.</p> <p>Dirigir la comercialización de productos y/o servicios a través de establecer estrategias de atención a clientes y ventas, con el fin de establecer los requerimientos de clientes y proveedores.</p>
2. Cuatrimestre	Noveno
3. Horas Teóricas	24
4. Horas Prácticas	36
5. Horas Totales	60
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	3
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno administrará el proceso de ventas, para cumplir las metas de la organización.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Planeación de la actividad de ventas	4	6	10
II. Organización de la actividad de ventas	8	12	20
III. Operación de la actividad de ventas	8	12	20
IV. Control de la actividad de ventas	4	6	10
Totales	24	36	60


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Planeación de la actividad de ventas
2. Horas Teóricas	4
3. Horas Prácticas	6
4. Horas Totales	10
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno elaborará un plan de acción, en base a la información de la empresa y el mercado, para mejorar la fuerza de ventas.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Conceptos básicos de ventas.	Describir los conceptos y características básicas de ventas: - venta, vendedor, reclutamiento, necesidad, deseo, prospección, producto, precio, plaza y promoción.	Diferenciar los elementos de un proceso de venta.	Iniciativa Optimismo Analítico Liderazgo Deductivo
Planeación de ventas.	Definir conceptos de: - Objetivos generales de la empresa - Evaluación de las oportunidades del mercado - Pronóstico de ventas - Presupuesto	Determinar una oportunidad de mercado y proponer un plan de ventas.	Iniciativa Optimismo Analítico Liderazgo Deductivo Seguridad Proactivo
Desarrollo de un plan de acción de ventas.	Describir los conceptos básicos de un plan de acción, enfocado a mejorar la fuerza de ventas: Metas, tamaño de clientes, segmentación, prospección, visitas o llamadas, presupuesto, estructura operacional.	Establecer un plan de acción eficiente sobre la estructura de ventas, que mediante la recolección de información y base estadística, se propongan acciones para optimizar las operaciones.	Iniciativa Optimismo Analítico Liderazgo Deductivo Seguridad Proactivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará a partir de un caso, un plan integral de ventas para cumplir con las metas de la organización, que contenga:</p> <p>Metas, tamaño de clientes, segmentación, prospectación, visitas o llamadas, presupuesto, estructura operacional.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar conceptos básicos de ventas.2. Comprender componentes y procedimiento de la planeación de ventas.3. Analizar las acciones de ventas.4. Diseñar plan de ventas.	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación Análisis de casos Ejercicios prácticos	Impresos (casos) Material audiovisual Computadora Internet Equipo multimedia

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Organización de la actividad de ventas
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	12
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno organizará la función de ventas de una empresa, a través del conocimiento de las funciones y métodos de trabajo requeridas para una comercialización exitosa.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Actividades principales de la fuerza de ventas.	Identificar diferentes roles y funciones en las actividades de la fuerza de ventas.	Distinguir las actividades y funciones como: organigramas, relación cliente-proveedor.	Proactivo Analítico Deductivo Liderazgo Comprometido
Estructura y supervisión de la fuerza de ventas.	Describir los métodos de supervisión y las estructuras centralizadas o descentralizadas en la labor de ventas.	Proponer programa de acción para el control, y supervisión de la actividad de ventas.	Proactivo Analítico Deductivo Liderazgo Comprometido Empatía Seguridad
Optimización de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas.	Describir formas para crear equipos de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas	Determinar la estructura operativa de la fuerza de ventas.	Proactivo Analítico Deductivo Liderazgo Comprometido Empatía Seguridad

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Elaborará propuestas a partir de casos, donde identifique alternativas de organización en la actividad de ventas y proponga el programa de acción para el control, y supervisión de la actividad de ventas, acordes a las características de los negocios.	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar roles y funciones de la fuerza de ventas.2. Comprender métodos de supervisión y estructuras centralizadas y descentralizadas en la labor de ventas y procedimiento para su implementación.3. Comprender el proceso de optimización de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas.	Proyecto Lista de cotejo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	


ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación Análisis de casos Equipos colaborativos	Impresos (casos) Material audiovisual Computadora Internet Equipo multimedia

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Operación de la actividad de ventas
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	12
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno determinará las actividades requeridas en el proceso de una venta, para mejorar la eficiencia de ventas de una organización.


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Prospección.	Definir el concepto y formas de prospección.	Proponer estrategias de prospección para concretar un negocio con el cliente.	Seguridad Proactivo Empatía Iniciativa Analítico Deductivo
Planeación del trabajo diario de la operación de ventas.	Identificar las actividades requeridas para integrar un plan diario de trabajo, como son: visita a clientes, catálogo de ventas, negociación y cierre, así como los métodos de trabajo para la operación de las ventas diarias (agrupación por zonas, orden de importancia, rutas, horarios y prospectos claves).	Elaborar un plan de trabajo diario de ventas, considerando las variables de control (cantidad, calidad y oportunidad), así como los métodos de trabajo para la operación de las ventas diarias.	Seguridad Proactivo Empatía Iniciativa Analítico Deductivo
Técnicas de cierre de venta.	Identificar las técnicas para el cierre de ventas, como son: PRAIN-CODERECI, AIDA, SPIN y Manejo de objeciones.	Proponer técnicas de cierre de ventas.	Seguridad Proactivo Empatía Iniciativa Analítico Deductivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un reporte con base a casos prácticos:</p> <ul style="list-style-type: none">• estrategias de prospección• plan de trabajo de ventas diario• técnicas de cierre de ventas para concretar la negociación.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender concepto y tipos de prospección.2. Comprender elementos y características de plan de trabajo de ventas diario.3. Comprender el proceso para elaborar un plan diario de trabajo.4. Identificar técnicas de cierre de venta.	<p>Ensayo Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	


ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Simulación Análisis de casos Equipos colaborativos	Impresos (casos) Material audiovisual Computadora Internet Equipo multimedia

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	IV. Control de la actividad de ventas
2. Horas Teóricas	4
3. Horas Prácticas	6
4. Horas Totales	10
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno determinará las diferentes actividades requeridas para lograr el control de los procesos operativos realizados por la fuerza de ventas


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnicas y factores de control de ventas	Identificar los diferentes métodos de control en las ventas de una organización, lo que incluye: análisis por vendedor, método de venta por cliente y por producto, a través de un caso práctico.	Indicar las técnicas y factores de control para eficientar el proceso de ventas.	Seguridad Proactivo Iniciativa Analítico Deductivo
Análisis estadístico del proceso de ventas	Reconocer los diferentes métodos estadísticos utilizados en el proceso de ventas: herramientas estadísticas (media, moda, mediana y desviación estándar) y distribuciones (normal y t-student).	Distinguir el proceso de ventas utilizando las herramientas estadísticas correspondientes.	Seguridad Proactivo Iniciativa Analítico Deductivo
Balance comparativo	Reconocer el comportamiento del proceso de ventas mediante datos estadísticos.	Formular comparaciones considerando datos estadísticos del proceso de ventas, para la toma de decisiones.	Seguridad Proactivo Iniciativa Analítico Deductivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un informe a partir de un caso, en el que describa:</p> <ul style="list-style-type: none">• propuesta de técnicas para el control de ventas.• análisis estadístico del proceso de ventas.• balance de ventas mediante los datos estadísticos.	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender métodos y técnicas de control de ventas en una organización.2. Reconocer métodos estadísticos aplicados al análisis del proceso de ventas.3. Comprender el procedimiento para utilizar métodos estadísticos.4. Identificar balance comparativo de ventas mediante datos estadísticos.	<p>Ensayo Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	


ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación Equipos colaborativos Ejercicios prácticos	Impresos (casos) Material audiovisual Computadora Internet Equipo multimedia

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA


Capacidad	Criterios de Desempeño
Desarrollar un plan de seguimiento de atención a clientes a través de información y datos de clientes reales y potenciales, proponiendo estrategias de seguimiento y atención, para facilitar el proceso de ventas de la organización.	Elabora y presenta un plan de atención a clientes que contenga: <ul style="list-style-type: none"> -Datos generales -Volúmenes de venta -Frecuencias de compra y consumo - Estrategias de implementación, seguimiento y atención a clientes -Información general sobre clientes
Realizar la recuperación de clientes perdidos a través de técnicas de estudios de opinión y análisis de clientes perdidos, para identificar las áreas de oportunidad de la organización.	Elabora plan de recuperación que contenga: <ul style="list-style-type: none"> - Cartera de clientes - Estudios de opinión o panel de clientes perdidos - Estrategias de captación de clientes potenciales
Realizar un plan de prospección mediante la identificación, calificación y análisis de cartera de clientes potenciales para incursionar en nuevos nichos de mercado.	Elabora un plan de prospección que integre: <ul style="list-style-type: none"> - Datos generales de los clientes - Volúmenes de venta - Frecuencias de compra y consumo - Técnicas de prospección

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	

ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Johnston, M.	(2003)	<i>Administración de Ventas 7ª. Edición</i>	Washington	E.U.A.	McGraw-Hill
Artal, M.	(2009)	<i>Dirección de Ventas: Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. 8ª Edición</i>	Madrid	España	Esic
Fernández, G.	(2008)	EL plan de Ventas	Madrid	España	Esic
Navarro, P.	(2003)	<i>Dirección de la Fuerza de ventas</i>	Asunción	Uruguay	Esic
Hartley, R.	(2008)	<i>Administración de ventas</i>	México, D.F.	México	Patria

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de Ing. en Logística Internacional	REVISÓ:	Comisión de Rectores de Fortalecimiento del SUT	
APROBÓ:	C. G. U. T.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2009	