

# I. Guía Pedagógica del Módulo Manejo de técnicas de venta

## Contenido

	<b>Pág.</b>
<b>I. Guía pedagógica</b>	
1. Descripción	3
2. Datos de identificación de la norma	4
3. Generalidades pedagógicas	5
4. Enfoque del módulo	13
5. Orientaciones didácticas y estrategias de aprendizaje por unidad	14
6. Prácticas/ejercicios/problemas/actividades	20
<b>II. Guía de evaluación</b>	<b>36</b>
7. Descripción	37
8. Tabla de ponderación	41
9. Materiales para el desarrollo de actividades de evaluación	42
10. Matriz de valoración o rúbrica	43

## 1. Descripción

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

La finalidad que tiene esta guía es facilitar el aprendizaje de los alumnos, encauzar sus acciones y reflexiones y proporcionar situaciones en las que desarrollará las competencias. El docente debe asumir conscientemente un rol que facilite el proceso de aprendizaje, proponiendo y cuidando un encuadre que favorezca un ambiente seguro en el que los alumnos puedan aprender, tomar riesgos, equivocarse extrayendo de sus errores lecciones significativas, apoyarse mutuamente, establecer relaciones positivas y de confianza, crear relaciones significativas con adultos a quienes respetan no por su estatus como tal, sino como personas cuyo ejemplo, cercanía y apoyo emocional es valioso.

Es necesario destacar que el desarrollo de la competencia se concreta en el aula, ya que **formar con un enfoque en competencias significa crear experiencias de aprendizaje para que los alumnos adquieran la capacidad de movilizar, de forma integral, recursos que se consideran indispensables para saber resolver problemas en diversas situaciones o contextos**, e involucran las dimensiones cognitiva, afectiva y psicomotora; por ello, los programas de estudio, describen las competencias a desarrollar, entendiéndolas como la combinación integrada de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que permiten el logro de un desempeño eficiente, autónomo, flexible y responsable del individuo en situaciones específicas y en un contexto dado. En consecuencia, la competencia implica la comprensión y transferencia de los conocimientos a situaciones de la vida real; ello exige relacionar, integrar, interpretar, inventar, aplicar y transferir los saberes a la resolución de problemas. Esto significa que **el contenido, los medios de enseñanza, las estrategias de aprendizaje, las formas de organización de la clase y la evaluación se estructuran en función de la competencia a formar**; es decir, el énfasis en la proyección curricular está en lo que los alumnos tienen que aprender, en las formas en cómo lo hacen y en su aplicación a situaciones de la vida cotidiana y profesional.

Considerando que el alumno está en el centro del proceso formativo, se busca acercarle elementos de apoyo que le muestren qué **competencias** va a desarrollar, cómo hacerlo y la forma en que se le evaluará. Es decir, mediante la guía pedagógica el alumno podrá **autogestionar su aprendizaje** a través del uso de estrategias flexibles y apropiadas que se transfieran y adopten a nuevas situaciones y contextos e ir dando seguimiento a sus avances a través de una autoevaluación constante, como base para mejorar en el logro y desarrollo de las competencias indispensables para un crecimiento académico y personal.

**2. Datos de Identificación de la Norma**

<b>Título:</b>	
<b>Unidad (es) de competencia laboral:</b> 1.	
<b>Código:</b>	<b>Nivel de competencia:</b>

### 3. Generalidades Pedagógicas

Con el propósito de difundir los criterios a considerar en la instrumentación de la presente guía entre los docentes y personal académico de planteles y Colegios Estatales, se describen **algunas consideraciones** respecto al desarrollo e intención de las competencias expresadas en los módulos correspondientes a la formación básica, propedéutica y profesional.

Los principios asociados a la **concepción constructivista del aprendizaje** mantienen una estrecha relación con los de la **educación basada en competencias**, la cual se ha concebido en el Colegio como el enfoque idóneo para orientar la formación ocupacional de los futuros profesionales técnicos y profesionales técnicos bachiller. Este enfoque constituye una de las opciones más viables para lograr la vinculación entre la educación y el sector productivo de bienes y servicios.

En los programas de estudio se proponen una serie de contenidos que se considera conveniente abordar para obtener los **Resultados de Aprendizaje establecidos**; sin embargo, se busca que este planteamiento le dé al docente la posibilidad de **desarrollarlos con mayor libertad y creatividad**.

En este sentido, se debe considerar que el papel que juegan el alumno y el docente en el marco del Modelo Académico Conalep tenga, entre otras, las siguientes características:

#### El alumno:

- ❖ Mejora su capacidad para resolver problemas.
- ❖ Aprende a trabajar en grupo y comunica sus ideas.
- ❖ Aprende a buscar información y a procesarla.
- ❖ Construye su conocimiento.
- ❖ Adopta una posición crítica y autónoma.
- ❖ Realiza los procesos de autoevaluación y coevaluación.

#### El docente:

- ❖ Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional
- ❖ Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo
- ❖ Planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios
- ❖ Lleva a la práctica procesos de enseñanza y de aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora a su contexto institucional Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo 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
- ❖ Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional

En esta etapa se requiere una mejor y mayor organización académica que apoye en forma relativa la actividad del alumno, que en este caso es mucho mayor que la del docente; lo que no quiere decir que su labor sea menos importante. **El docente en lugar de transmitir vertical y unidireccionalmente los conocimientos, es un mediador del aprendizaje**, ya que:

- Planea y diseña experiencias y actividades necesarias para la adquisición de las competencias previstas. Asimismo, define los ambientes de aprendizaje, espacios y recursos adecuados para su logro.
- Proporciona oportunidades de aprendizaje a los estudiantes apoyándose en metodologías y estrategias didácticas pertinentes a los Resultados de Aprendizaje.
- Ayuda también al alumno a asumir un rol más comprometido con su propio proceso, invitándole a tomar decisiones.
- Facilita el aprender a pensar, fomentando un nivel más profundo de conocimiento.
- Ayuda en la creación y desarrollo de grupos colaborativos entre los alumnos.
- Guía permanentemente a los alumnos.
- Motiva al alumno a poner en práctica sus ideas, animándole en sus exploraciones y proyectos.

Considerando la importancia de que el docente planee y despliegue con libertad su experiencia y creatividad para el desarrollo de las competencias consideradas en los programas de estudio y especificadas en los Resultados de Aprendizaje, en las competencias de las Unidades de Aprendizaje, así como en la competencia del módulo; **podrá proponer y utilizar todas las estrategias didácticas que considere necesarias** para el logro de estos fines educativos, con la recomendación de que fomente, preferentemente, las estrategias y técnicas didácticas que se describen en este apartado.

Al respecto, entenderemos como estrategias didácticas los planes y actividades orientados a un desempeño exitoso de los resultados de aprendizaje, que incluyen estrategias de enseñanza, estrategias de aprendizaje, métodos y técnicas didácticas, así como, acciones paralelas o alternativas que el docente y los alumnos realizarán para obtener y verificar el logro de la competencia; bajo este tenor, **la autoevaluación debe ser considerada también como una estrategia por excelencia para educar al alumno en la responsabilidad y para que aprenda a valorar, criticar y reflexionar sobre el proceso de enseñanza y su aprendizaje individual.**

Es así como la selección de estas estrategias debe orientarse hacia un enfoque constructivista del conocimiento y estar dirigidas a que **los alumnos observen y estudien su entorno**, con el fin de generar nuevos conocimientos en contextos reales y el desarrollo de las capacidades reflexivas y críticas de los alumnos.

Desde esta perspectiva, a continuación se describen brevemente los tipos de aprendizaje que guiarán el diseño de las estrategias y las técnicas que deberán emplearse para el desarrollo de las mismas:

## TIPOS DE APRENDIZAJES.

### **Significativo**

Se fundamenta en una concepción constructivista del aprendizaje, la cual se nutre de diversas concepciones asociadas al cognoscitivismo, como la teoría psicogenética de Jean Piaget, el enfoque sociocultural de Vygotsky y la teoría del aprendizaje significativo de Ausubel.

Dicha concepción sostiene que el ser humano tiene la disposición de **aprender verdaderamente sólo aquello a lo que le encuentra sentido** en virtud de que está vinculado con su entorno o con sus conocimientos previos. Con respecto al comportamiento del alumno, se espera que sean capaces de desarrollar aprendizajes significativos, en una amplia gama de situaciones y circunstancias, lo cual equivale a **“aprender a aprender”**, ya que de ello depende la construcción del conocimiento.

### **Colaborativo.**

El aprendizaje colaborativo puede definirse como el conjunto de métodos de instrucción o entrenamiento para uso en grupos, así como de estrategias para propiciar el desarrollo de habilidades mixtas (aprendizaje y desarrollo personal y social). En el aprendizaje colaborativo **cada miembro del grupo es responsable de su propio aprendizaje, así como del de los restantes miembros del grupo** (Johnson, 1993.)

Más que una técnica, el aprendizaje colaborativo es considerado una filosofía de interacción y una forma personal de trabajo, que implica el manejo de aspectos tales como el **respeto a las contribuciones y capacidades individuales de los miembros del grupo** (Maldonado Pérez, 2007). Lo que lo distingue de otro tipo de situaciones grupales, es el desarrollo de la interdependencia positiva entre los alumnos, es decir, de una toma de conciencia de que **sólo es posible lograr las metas individuales de aprendizaje si los demás compañeros del grupo también logran las suyas.**

El aprendizaje colaborativo surge a través de transacciones entre los alumnos, o entre el docente y los alumnos, en un proceso en el cual cambia la responsabilidad del aprendizaje, del docente como experto, al alumno, y asume que el docente es también un sujeto que aprende. Lo más importante en la formación de grupos de trabajo colaborativo es vigilar que los elementos básicos estén claramente estructurados en cada sesión de trabajo. Sólo de esta manera se puede lograr que se produzca, tanto el esfuerzo colaborativo en el grupo, como una estrecha relación entre la colaboración y los resultados (Johnson & F. Johnson, 1997).

Los elementos básicos que deben estar presentes en los grupos de trabajo colaborativo para que éste sea efectivo son:

- la interdependencia positiva.
- la responsabilidad individual.
- la interacción promotora.
- el uso apropiado de destrezas sociales.
- el procesamiento del grupo.

Asimismo, el trabajo colaborativo se caracteriza principalmente por lo siguiente:

- Se desarrolla mediante **acciones de cooperación, responsabilidad, respeto y comunicación**, en forma sistemática, entre los integrantes del grupo y subgrupos.
- Va **más allá que sólo el simple trabajo en equipo** por parte de los alumnos. Básicamente se puede orientar a que los alumnos intercambien información y trabajen en tareas hasta que todos sus miembros las han entendido y terminado, aprendiendo a través de la colaboración.
- Se distingue por el desarrollo de una **interdependencia positiva entre los alumnos**, en donde se tome conciencia de que sólo es posible lograr las metas individuales de aprendizaje si los demás compañeros del grupo también logran las suyas.
- Aunque en esencia esta estrategia promueve la actividad en pequeños grupos de trabajo, se debe cuidar en el planteamiento de las actividades que **cada integrante obtenga una evidencia personal para poder integrarla a su portafolio de evidencias**.

### ***Aprendizaje Basado en Problemas.***

Consiste en la presentación de **situaciones reales o simuladas** que requieren la aplicación del conocimiento, en las cuales el **alumno debe analizar la situación y elegir o construir una o varias alternativas para su solución** (Díaz Barriga Arceo, 2003). Es importante aplicar esta estrategia ya que **las competencias se adquieren en el proceso de solución de problemas** y en este sentido, el alumno aprende a solucionarlos cuando se enfrenta a problemas de su vida cotidiana, a problemas vinculados con sus vivencias dentro del Colegio o con la profesión. Asimismo, el alumno se apropia de los conocimientos, habilidades y normas de comportamiento que le permiten la aplicación creativa a nuevas situaciones sociales, profesionales o de aprendizaje, por lo que:

- Se puede trabajar en forma individual o de grupos pequeños de alumnos que se reúnen a analizar y a resolver un problema seleccionado o diseñado especialmente para el logro de ciertos resultados de aprendizaje.
- Se debe presentar primero el problema, se identifican las necesidades de aprendizaje, se busca la información necesaria y finalmente se regresa al problema con una solución o se identifican problemas nuevos y se repite el ciclo.
- Los problemas deben estar diseñados para motivar la búsqueda independiente de la información a través de todos los medios disponibles para el alumno y además generar discusión o controversia en el grupo.



- El mismo diseño del problema debe estimular que los alumnos utilicen los aprendizajes previamente adquiridos.
- El diseño del problema debe comprometer el interés de los alumnos para examinar de manera profunda los conceptos y objetivos que se quieren aprender.
- El problema debe estar en relación con los objetivos del programa de estudio y con problemas o situaciones de la vida diaria para que los alumnos encuentren mayor sentido en el trabajo que realizan.
- Los problemas deben llevar a los alumnos a tomar decisiones o hacer juicios basados en hechos, información lógica y fundamentada, y obligarlos a justificar sus decisiones y razonamientos.
- Se debe centrar en el alumno y no en el docente.

## TÉCNICAS

### ***Método de proyectos.***

Es una técnica didáctica que incluye actividades que pueden requerir que los alumnos **investiguen, construyan y analicen información** que coincida con los objetivos específicos de una tarea determinada en la que se **organizan actividades desde una perspectiva experiencial**, donde el alumno aprende a través de la práctica personal, activa y directa con el propósito de aclarar, reforzar y construir aprendizajes (Intel Educación).

Para definir proyectos efectivos se debe considerar principalmente que:

- Los alumnos son el centro del proceso de aprendizaje.
- Los proyectos se enfocan en resultados de aprendizaje acordes con los programas de estudio.
- Las preguntas orientadoras conducen la ejecución de los proyectos.
- Los proyectos involucran múltiples tipos de evaluaciones continuas.
- El proyecto tiene conexiones con el mundo real.
- Los alumnos demuestran conocimiento a través de un producto o desempeño.
- La tecnología apoya y mejora el aprendizaje de los alumnos.
- Las destrezas de pensamiento son integrales al proyecto.

Para el presente módulo se hacen las siguientes recomendaciones:

- Integrar varios módulos mediante el método de proyectos, lo cual es ideal para desarrollar un trabajo colaborativo.
- En el planteamiento del proyecto, cuidar los siguientes aspectos:
  - ✓ Establecer el alcance y la complejidad.
  - ✓ Determinar las metas.
  - ✓ Definir la duración.
  - ✓ Determinar los recursos y apoyos.
  - ✓ Establecer preguntas guía. Las preguntas guía conducen a los alumnos hacia el logro de los objetivos del proyecto. La cantidad de preguntas guía es proporcional a la complejidad del proyecto.
  - ✓ Calendarizar y organizar las actividades y productos preliminares y definitivos necesarias para dar cumplimiento al proyecto.
- Las actividades deben ayudar a responsabilizar a los alumnos de su propio aprendizaje y a **aplicar competencias adquiridas** en el salón de clase en **proyectos reales**, cuyo planteamiento se basa en un problema real e **involucra distintas áreas**.
- El proyecto debe implicar que los alumnos **participen en un proceso de investigación**, en el que **utilicen diferentes estrategias de estudio**; puedan participar en el proceso de planificación del propio aprendizaje y les ayude a ser flexibles, reconocer al "otro" y comprender su propio entorno personal y cultural. Así entonces se debe favorecer el desarrollo de **estrategias de indagación, interpretación y presentación del proceso seguido**.
- De acuerdo a algunos teóricos, mediante el método de proyectos los alumnos buscan soluciones a problemas no convencionales, cuando llevan a la práctica el hacer y depurar preguntas, debatir ideas, hacer predicciones, diseñar planes y/o experimentos, recolectar y analizar datos, establecer conclusiones, comunicar sus ideas y descubrimientos a otros, hacer nuevas preguntas, crear artefactos o propuestas muy concretas de orden social, científico, ambiental, etc.
- En la gran mayoría de los casos los proyectos se llevan a cabo **fuera del salón de clase** y, dependiendo de la orientación del proyecto, en muchos de los casos pueden **interactuar con sus comunidades** o permitirle un **contacto directo con las fuentes de información** necesarias para el planteamiento de su trabajo. Estas experiencias en las que se ven involucrados hacen que aprendan a manejar y usar los recursos de los que disponen como el tiempo y los materiales.
- Como medio de evaluación se recomienda que todos los proyectos tengan **una o más presentaciones del avance para evaluar resultados** relacionados con el proyecto.
- Para conocer acerca del progreso de un proyecto se puede:
  - ✓ Pedir reportes del progreso.
  - ✓ Presentaciones de avance,
  - ✓ Monitorear el trabajo individual o en grupos.

- ✓ Solicitar una bitácora en relación con cada proyecto.
- ✓ Calendarizar sesiones semanales de reflexión sobre avances en función de la revisión del plan de proyecto.

### **Estudio de casos.**

El estudio de casos es una técnica de enseñanza en la que los alumnos **aprenden sobre la base de experiencias y situaciones de la vida real**, y se permiten así, construir su propio aprendizaje en un contexto que los aproxima a su entorno. Esta técnica se basa en la participación activa y en procesos colaborativos y democráticos de discusión de la situación reflejada en el caso, por lo que:

- Se deben representar situaciones problemáticas diversas de la vida para que se estudien y analicen.
- Se pretende que los alumnos generen soluciones validas para los posibles problemas de carácter complejo que se presenten en la realidad futura.
- Se deben proponer datos concretos para reflexionar, analizar y discutir en grupo y encontrar posibles alternativas para la solución del problema planteado. Guiar al alumno en la generación de alternativas de solución, le permite desarrollar la habilidad creativa, la capacidad de innovación y representa un recurso para conectar la teoría a la práctica real.
- Debe permitir reflexionar y contrastar las propias conclusiones con las de otros, aceptarlas y expresar sugerencias.

El estudio de casos es pertinente usarlo cuando se pretende:

- Analizar un problema.
- Determinar un método de análisis.
- Adquirir agilidad en determinar alternativas o cursos de acción.
- Tomar decisiones.

Algunos teóricos plantean las siguientes fases para el estudio de un caso:

- **Fase preliminar:** Presentación del caso a los participantes
- **Fase de eclosión:** "Explosión" de opiniones, impresiones, juicios, posibles alternativas, etc., por parte de los participantes.
- **Fase de análisis:** En esta fase es preciso llegar hasta la determinación de aquellos hechos que son significativos. Se concluye esta fase cuando se ha conseguido una síntesis aceptada por todos los miembros del grupo.

- **Fase de conceptualización:** Es la formulación de conceptos o de principios concretos de acción, aplicables en el caso actual y que permiten ser utilizados o transferidos en una situación parecida.

### ***Interrogación.***

Consiste en llevar a los alumnos a la **discusión y al análisis de situaciones o información**, con base en preguntas planteadas y formuladas por el docente o por los mismos alumnos, con el fin de explorar las capacidades del pensamiento al activar sus procesos cognitivos; se recomienda **integrar esta técnica de manera sistemática y continua** a las anteriormente descritas y al abordar cualquier tema del programa de estudio.

### ***Participativo-vivenciales.***

Son un conjunto de elementos didácticos, sobre todo los que exigen un grado considerable de **involucramiento y participación de todos los miembros del grupo** y que sólo tienen como límite el grado de imaginación y creatividad del facilitador.

Los ejercicios vivenciales son una alternativa para llevar a cabo el proceso enseñanza-aprendizaje, no sólo porque facilitan la transmisión de conocimientos, sino porque además permiten **identificar y fomentar aspectos de liderazgo, motivación, interacción y comunicación del grupo**, etc., los cuales son de vital importancia para la organización, desarrollo y control de un grupo de aprendizaje.

Los ejercicios vivenciales resultan ser una situación planeada y estructurada de tal manera que representan una experiencia muy atractiva, divertida y hasta emocionante. El juego significa apartarse, salirse de lo rutinario y monótono, para asumir un papel o personaje a través del cual el individuo pueda manifestar lo que verdaderamente es o quisiera ser sin temor a la crítica, al rechazo o al ridículo.

El desarrollo de estas experiencias se encuentra determinado por los conocimientos, habilidades y actitudes que el grupo requiera revisar o analizar y por sus propias vivencias y necesidades personales.

#### 4. Enfoque del Módulo

El módulo **Manejo de técnicas de venta**, fue diseñado con un enfoque administrativo para el desarrollo de habilidades que ayuden a las empresas a colocar con mayor facilidad sus bienes producidos. Se pretende que los alumnos, en este módulo desarrollen las competencias para el acercamiento, acercamiento, presentación, manejo de objeciones, cierre y seguimiento en la comercialización de productos, y para apoyar a los gerentes de las empresas en el pronóstico mensual, semestral y anual de sus ventas.

Las ventas para una organización son tan importantes como sus propios trabajadores; ya que si una empresa no vende lo suficiente y fabrica más de lo que coloca en el mercado llega a tener dos de los problemas más importantes y difíciles de corregir: exceso de inventarios y poca recaudación de fondos a través de las ventas, por ello es necesario capacitar a la gente necesaria que se dedicará a la comercialización de productos y que ayudará a que el negocio sea rentable.

Las técnicas de venta son empleadas para persuadir al cliente o posible cliente para que adquiera un bien o servicio. La mayoría de estas técnicas están basadas en la Psicología, la Sociología y, fundamentalmente, en la observación del trabajo de los mejores profesionales de la venta.

Por lo que además del manejo de técnicas de ventas, en este módulo el alumno debe desarrollar las competencias para resolver problemas; ejercer la toma de decisiones; desempeñarse en diferentes organizaciones; continuar aprendiendo de forma autónoma a lo largo de su vida y dialogar con personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales, mediante la ubicación de sus propias circunstancias con una actitud creadora, crítica, responsable y propositiva.

En el módulo se integran competencias genéricas para el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación lo que implica el desarrollo de habilidades del pensamiento para elegir las fuentes apropiadas para un propósito específico de acuerdo con su relevancia y confiabilidad y para procesar e interpretar la información por categorías y jerarquías, articulando saberes de diversos campos y estableciendo relaciones entre ellos y su vida cotidiana.

El enfoque del módulo de Manejo de técnicas de ventas es práctico por lo que se deben privilegiar como estrategias didácticas los estudios de casos, los ejercicios y las prácticas. Asimismo, se debe fomentar el trabajo colaborativo para lo cual se propiciará la interacción constante, emulando las relaciones que se establecen entre cliente y vendedor.

## 5. Orientaciones didácticas y estrategias de aprendizaje por unidad

<b>Unidad I</b>	<b>Operación del proceso de ventas.</b>
<b>Orientaciones Didácticas</b>	

El desarrollo de esta unidad proporcionará al alumno elementos básicos que le permitirán desarrollar las actividades y prácticas previstas en las unidades subsecuentes, por eso se propone que el Docente lleve a cabo lo siguiente:

- Analiza conjuntamente con sus alumnos las implicaciones y alcances del programa del módulo, a través de las técnicas de dinámica grupal de encuadre y elaboración de un contrato grupal, con el fin de precisar aquellas formas de trabajar, responsabilidades y compromisos de los integrantes del grupo que dirijan al logro tanto del propósito del módulo, como de los objetivos generales de la carrera.
- Promueve una dinámica grupal colaborativa y cooperativa a través de la realización de las técnicas didácticas y de aprendizaje correspondientes, durante el transcurso de cada sesión para favorecer un clima que fomente el intercambio constructivo de ideas.
- Subraya la importancia que tiene la presencia del alumno en cada clase, su participación para el enriquecimiento del aprendizaje de todo el grupo y la asignación de tareas y actividades intra y extramuros, con el fin de incentivar en él su cumplimiento voluntario y oportuno.
- Cierra ciclos no solamente al concluir cada tema o subtema, sino de cada sesión de clase, con la finalidad de lograr un proceso lógico de enseñanza-aprendizaje, en el que el alumno pueda apreciar sus logros cotidianos y la importancia de su esfuerzo y constancia.
- Introduce paulatinamente a sus alumnos en el dominio de términos relacionados con el módulo y la propia carrera, resaltando la importancia de esta actividad para el logro de la utilidad de la empresa u organización de que se trate, siempre bajo la ética profesional, el respeto a la persona y la consideración de una actitud de servicio.
- Solicita a los alumnos la recopilación de la bibliografía necesaria para el trabajo en el salón de clases.
- Coordina visitas guiadas a empresas dedicadas a las ventas, para que los alumnos identifiquen la relación de ventas con las demás áreas de la empresa
- Organiza un debate para que en el grupo discuta acerca de por qué se considera que vender es un arte
- Emplea diagramas, gráficas, cuestionarios o herramientas necesarias para ejemplificar el ciclo de ventas de un producto.
- Emplea imágenes o dibujos del tema clasificación de las ventas.

- Emplea diferentes ejemplos de tecnología como son la televisión, la radio y el internet para que los alumnos asocien a la venta como un servicio que no es exclusivamente presencial.
- Utiliza ejemplos reales de productos y marcas las cuales serán sujetas al análisis del ciclo de vida de los productos a la venta.
- Utiliza medios escritos como son revistas o periódicos para que los alumnos identifiquen los ciclos de venta de los productos que ahí se publican.
- Una de las formas de abordaje de contenidos que permite la participación de los estudiantes y la puesta en práctica de lo aprendido es la simulación.

**Para potenciar el trabajo en el aula, se recomienda promover las siguientes competencias transversales:**

- Administra los recursos disponibles aplicando los fundamentos para realizar el ciclo de venta de bienes y servicios.
- Expresa ideas y conceptos mediante representaciones gráficas.
- Identifica las ideas clave en los factores que inciden en el proceso de ventas.
- Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.
- Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance del objetivo.
- Ordena información de acuerdo a las indicaciones del profesor.
- Sintetiza evidencias obtenidas mediante la experimentación para producir conclusiones y formular nuevas preguntas.
- Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.
- Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.
- Articula saberes de diversos campos como atención y servicios a clientes, venta de bienes y establece relaciones entre ellos
- 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.

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar de forma individual una investigación documental del tema ventas.</li> <li>Realizar en equipo un cuadro comparativo acerca de la clasificación de las ventas.</li> <li>Comentar y llegar a conclusiones acerca del cuadro comparativo.</li> <li>Realizar en equipo un mapa mental acerca del perfil del vendedor.</li> <li>Identifica de manera individual empresas de la localidad que se dediquen a las ventas de bienes o servicios.</li> <li>Realizar en forma grupal un periódico mural acerca de las técnicas de ventas.</li> <li>Realiza en equipo el ejercicio No. 1 “Interpretación de las necesidades del consumidor”</li> <li>Realiza en forma individual el ejercicio No. 2 “Aplicación de la pirámide de necesidades”</li> <li>Realizar la <b>actividad de evaluación 1.1.1</b> “Realiza un trabajo escrito acerca del proceso de técnicas de venta”.</li> <li>Buscar información en la Web acerca del ciclo de venta, haciendo un resumen de la misma.</li> <li>Dramatizar en equipos el ciclo de ventas de un producto.</li> <li>Generar en forma grupal una discusión acerca del tema ciclo de ventas.</li> <li>Realizar en equipo un comparativo entre productos similares acerca del ciclo de venta del mismo, utilizando datos, gráficas, imágenes, entre otras.</li> <li>Presentar en equipo a sus compañeros de clase el comparativo realizado.</li> <li>Debatir y llegar a conclusiones grupales de los temas de la unidad.</li> <li>Realizar el ejercicio no. 3 “Evaluación de la habilidad persuasiva”</li> <li>Realizar en equipo el ejercicio no. 4 Identificación del perfil del vendedor (¿Sobrevivirá José?)”</li> <li>Realizar el ejercicio no. 5 “Detectando las necesidades del cliente”</li> <li>Realizar en equipo el ejercicio no. 6 “Dramatización de cómo tratar con clientes difíciles”</li> <li>Realizar la <b>actividad de evaluación 1.2.1</b> “Elabora una propuesta para la venta de un producto”</li> <li>Realiza el cierre de la unidad con las opiniones del grupo y si es el caso repasar los temas en que existan dudas, contextualizar lo aprendido.</li> </ul>	<p><b>Bibliografía:</b></p> <p>Johnston, Mark W. y Grey W. Marshall. <b>Administración de Ventas.</b> México, Editorial McGraw -Hill, M, 2004.</p> <p>Fisher, Laura. <b>Mercadotecnia.</b> México, 3ª Edición, Editorial Mc. Graw Hill, 2004.</p> <p>Buffone, Néstor A. <b>Dinámica de la Venta.</b> Buenos Aires, Argentina. Editorial Dunken, 2006.</p> <p><b>Páginas Web</b></p> <p>Técnicas de venta. <b>Disponible en:</b> <a href="http://www.monografias.com/trabajos72/tipos-tecnicas-ventas/tipos-tecnicas-ventas2.shtml">http://www.monografias.com/trabajos72/tipos-tecnicas-ventas/tipos-tecnicas-ventas2.shtml</a> (13-11-2015).</p> <p>Clínicas de venta para vendedores. <b>Disponible en:</b> <a href="http://www.monografias.com/trabajos12/curclin/curclin.shtml?monosearch">http://www.monografias.com/trabajos12/curclin/curclin.shtml?monosearch</a> (13-11-2015).</p> <p>La Gerencia y las Estrategias de Venta. <b>Disponible en:</b> <a href="http://www.monografias.com/trabajos29/gerencia-estrategias-venta/gerencia-estrategias-venta.shtml?monosearch">http://www.monografias.com/trabajos29/gerencia-estrategias-venta.shtml?monosearch</a> (13-11-2015).</p> <p>Técnicas de ventas. <b>Disponible en:</b> <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnicas_de_ventas">http://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnicas_de_ventas</a> (13-11-2015).</p> <p>Técnicas de venta (basadas en el modelo AIDA). <b>Disponible en:</b> <a href="http://www.promonegocios.net/venta/tecnicas-venta.html">http://www.promonegocios.net/venta/tecnicas-venta.html</a> (13-11-2015).</p> <p>Biblioteca digital de la Red Académica del CONALEP          Contenido de libros, manuales teórico-prácticos, tutoriales interactivos, objetos de aprendizaje, manuales técnicos. Disponible en: <a href="http://sied.conalep.edu.mx/bv3/">http://sied.conalep.edu.mx/bv3/</a> (13-11-2015).</p>



<b>Unidad II</b>	<b>Supervisión del proceso de ventas</b>
<b>Orientaciones Didácticas</b>	

Esta unidad está orientada a la supervisión del proceso de ventas y relacionada con la anterior, por lo que se requiere del dominio de las competencias de la unidad anterior, para su desarrollo se sugiere al Docente llevar a cabo lo siguiente:

- Enfatizar los objetivos del módulo precisados en la anterior unidad, de forma que se renueve el compromiso del grupo para su logro
- Organizar sistemáticamente la información que se ha de manejar y procesar para su aprendizaje. Efectuando explícitamente la vinculación de esta unidad tanto con la que la precede, como con la que la sigue a fin de que el alumno valore su importancia académica y curricular.
- Promover la elaboración de ejercicios relacionados con la supervisión de las ventas, tanto de forma individual como en grupo, favoreciendo su análisis, coevaluación y retroalimentación grupal en ambos casos.
- Fomentar la visita a aquellas empresas e instituciones de su comunidad que así lo permitan, en las cuales se manejan procesos de venta de productos, ya sean bienes o servicios.
- Fomentar el desarrollo de competencias ecológicas, especialmente aquellas relacionadas con el manejo de la papelería a fin de que el alumno adquiera conciencia en la aplicación de medidas, tales como utilizar ambas caras de las hojas blancas, reciclar hojas de medio uso y en general recursos que le permitan el ahorro de energía.
- Recurrir a métodos de investigación científica y objetiva particularizando sus ventajas para el estudio de las relaciones humanas, especialmente aquellas vinculadas a los actos de comercio.
- Fomentar el empleo del pensamiento lógico y espacial para representar fórmulas, modelos, construcciones, gráficas y diagramas, que permitan identificar y comprender la importancia de realizar el tratamiento de las cantidades eficientemente en la vida cotidiana, aplicándolas en función de los requerimientos propios y comunicando las situaciones propiciadas a las cuales se enfrenta el individuo, como ciudadano constructivo, comprometido y reflexivo
- Fortalecer competencias transversales relacionadas con desarrollar el uso del lenguaje que permita la interpretación y expresión de criterios, conocimientos y opiniones de acuerdo con los propósitos concretos y contextos relacionados con esta unidad de adquisición de productos.
- Revisar conjuntamente con sus alumnos criterios de ética y justicia asociados a las competencias desarrolladas en relación con los resultados de aprendizaje de esta unidad a fin de promover en sus alumnos un criterio de equidad social que puede aplicarse en las operaciones que desarrolle profesionalmente.
- Fomentar asimismo, el desarrollo de competencias transversales de carácter ético al facilitar que su alumno logre la autorregulación y desarrollo actitudes de compromiso social para la defensa de los derechos humanos y la justicia social en apego a la legalidad establecida en materia financiera.

- Utiliza de manera responsable medios tecnológicos como es la computadora y el internet para la realización de las tareas cotidianas del soporte y codificación de operaciones apoyándose de igual manera de recursos y herramientas existentes en las organizaciones.
- Solicita a los alumnos el acopio de información necesaria para el desarrollo de los temas de la unidad.
- Utiliza videos de empresas comercializadoras y de organización de empresas para que los alumnos identifiquen el área de donde un vendedor saldrá a ofrecer sus productos.
- Incita a los alumnos el diseño de cuestionarios para conocer la satisfacción de algún producto o servicio que se oferte en el mercado.
- Involucra el uso de las TIC's para el desarrollo de los temas de la segunda unida en especial el de sistemas de información del área de ventas.
- Utiliza ejercicios prácticos o estudios de casos para que los alumnos puedan generar respuestas y un enfoque analítico a diferentes situaciones que se generen dentro del área de ventas.
- Utiliza información financiera de alguna empresa para que los alumnos analicen el proceso de Supervisión del proceso de ventas.
- Utiliza ejemplos reales cotidianos de la distribución de ventas para que los alumnos puedas asociar y distinguir cada uno de ellos dentro de cualquier situación específica.

**Para potenciar el trabajo en el aula, se recomienda promover las siguientes competencias transversales:**

- Administra los recursos disponibles aplicando los fundamentos para realizar el ciclo de venta de bienes y servicios.
- Expresa ideas y conceptos mediante representaciones gráficas.
- Identifica las ideas clave en los factores que inciden en el proceso de ventas.
- Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.
- Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance del objetivo.
- Ordena información de acuerdo a las indicaciones del profesor.
- Sintetiza evidencias obtenidas mediante la experimentación para producir conclusiones y formular nuevas preguntas.
- Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.
- Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.
- Articula saberes de diversos campos como atención y servicios a clientes, venta de bienes y establece relaciones entre ellos
- 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.

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar en forma individual información acerca del tema seguimiento de las ventas.</li> <li>• Realizar en equipo un cuadro de necesidades acerca de la relación que tiene el departamento de ventas con los demás departamentos de la empresa.</li> <li>• Visitar en equipo una empresa dedicada a la comercialización para ver el proceso de atención la relación entre el área de ventas y los demás departamentos de la organización.</li> <li>• Buscar individualmente videos, documentos, presentaciones en internet referente a la distribución de las ventas dentro de la empresa y compártanlo con sus compañeros.</li> <li>• Realizar individualmente un resumen de la unidad.</li> <li>• Realizar en equipo el ejercicio No. 7 “Planificación de la entrevista con el cliente para escuchar profesionalmente”.</li> <li>• Realizar en equipo el ejercicio no. 8 “Identificación de la necesidad de comprar”</li> <li>• Realizar en equipo el ejercicio no. 9 “Ayuda a un equipo de vendedores sedentarios a restablecer los márgenes de ganancias”.</li> <li>• Realizar la <b>actividad de evaluación 2.1.1</b> “Elabora una lista de cotejo para realizar el seguimiento de la venta de un producto”</li> <li>• Realizar individualmente un resumen acerca de los del sistema de información del área de ventas.</li> <li>• Realizar individualmente un comparativo acerca de las Relaciones de las ventas con los otros sistemas de información de la empresa.</li> <li>• Comentar en forma grupal acerca del tema planificación de sistemas de información y llegara a conclusiones.</li> <li>• Realizar en equipo el ejercicio no. 10 “Ventas adicionales en tiendas”</li> <li>• Realizar en equipo el ejercicio no. 11 “Proyección de ventas”</li> <li>• Realizar la <b>actividad de evaluación 2.2.1</b> “Elabora reportes de ventas e informe de conclusiones”</li> <li>• Realiza el cierre de la unidad con las opiniones del grupo, contextualizar lo aprendido.</li> </ul>	<p><b>Bibliografía:</b></p> <p>Johnston, Mark W. y Grey W. Marshall. <b>Administración de Ventas.</b> México, Editorial McGraw -Hill, M, 2004.</p> <p>Fisher, Laura. <b>Mercadotecnia.</b> México, 3ª Edición, Editorial Mc. Graw Hill, 2004.</p> <p>Buffone, Néstor A. <b>Dinámica de la Venta.</b> Buenos Aires, Argentina. Editorial Dunken, 2006.</p> <p><b>Páginas Web</b></p> <p>Técnicas de venta. <b>Disponible en:</b>  <a href="http://www.monografias.com/trabajos72/tipos-tecnicas-ventas/tipos-tecnicas-ventas2.shtml">http://www.monografias.com/trabajos72/tipos-tecnicas-ventas/tipos-tecnicas-ventas2.shtml</a> (13-11-2015).</p> <p>Clínicas de venta para vendedores. <b>Disponible en:</b>  <a href="http://www.monografias.com/trabajos12/curclin/curclin.shtml?monosearch">http://www.monografias.com/trabajos12/curclin/curclin.shtml?monosearch</a> (13-11-2015).</p> <p>La Gerencia y las Estrategias de Venta. <b>Disponible en:</b>  <a href="http://www.monografias.com/trabajos29/gerencia-estrategias-venta/gerencia-estrategias-venta.shtml?monosearch">http://www.monografias.com/trabajos29/gerencia-estrategias-venta/gerencia-estrategias-venta.shtml?monosearch</a> (13-11-2015).</p> <p>Técnicas de ventas. <b>Disponible en:</b>  <a href="http://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnicas_de_ventas">http://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9cnicas_de_ventas</a> (13-11-2015).</p> <p>Técnicas de venta (basadas en el modelo AIDA). <b>Disponible en:</b>  <a href="http://www.promonegocios.net/venta/tecnicas-venta.html">http://www.promonegocios.net/venta/tecnicas-venta.html</a> (13-11-2015).</p> <p><b>Biblioteca digital de la Red Académica del CONALEP</b>  <b>Contenido de libros, manuales teórico-prácticos, tutoriales interactivos, objetos de aprendizaje, manuales técnicos. Disponible en:</b> <a href="http://sied.conalep.edu.mx/bv3/">http://sied.conalep.edu.mx/bv3/</a> (13-11-2015).</p>

## 6. Prácticas/Ejercicios /Problemas/Actividades

Nombre del Alumno:

Grupo:

Unidad de Aprendizaje 1:

Operación del proceso de ventas.

Resultado de Aprendizaje:

1.1 Ofrece los productos y servicios de la empresa utilizando las técnicas de venta acordes a las transacciones que se generen.

Ejercicio núm. 1:

Interpretación de las necesidades del consumidor

1.- Lee con atención el siguiente caso hipotético

Carlos Hernández, joven de 29 años, acaba de cambiar de club deportivo. El cambio de casa lo obligó a tomar dicha decisión, porque no tiene auto propio y perdería mucho tiempo en autobús para llegar hasta donde estaba su club

La decisión de apuntarse al club que está en el barrio de su nueva casa ha llevado a Carlos a plantearse otras cuestiones. Su equipo de deporte, por ejemplo, no es que esté mal, pero sí un poco anticuado. Hasta ahora no había reparado en ello, pues en su antiguo club nadie seguía las tendencias y marcas de moda. Además, siempre le habían gustado sus pantalones de mezclilla y la marca “patito” en zapatos. ¿Para qué preocuparse de modas?

Sin embargo, ahora Carlos empieza a no estar tan convencido por este razonamiento. En el nuevo club, donde todo el mundo va tan arreglado, llevar su anterior equipo quedaría un poco fuera de lugar.

No pensaba perder más tiempo; esa misma tarde iría a la tienda de deportes a renovar su equipo. Pero aún quedaba una cuestión por resolver; ya que iba a dar el primer paso y dirigirse a la tienda, ¿por qué no aprovechar y comprar aquel conjunto Nike que llevaba Federer en el torneo que Carlos tuvo la oportunidad de presenciar hacia sólo dos meses? Estaba todo claro, sólo quedaba convencer a su madre para ir aquella misma tarde a comprarlo.

Carlos lo comentó con su madre, manifestando la necesidad del cambio de equipo y el entusiasmo por haber descubierto un conjunto que le encantaba. Sin embargo, la madre puso peros. ¿Por qué había de ser precisamente ese modelo, cuando podían encontrar otros a mitad de precio? A la señora de Labastida pagar esa cantidad por el equipo de deporte, cuando toda su vida los había estado adquiriendo por menos de la mitad en un hipermercado, le parecía inadmisibles.

Esa misma tarde, la madre de Carlos fue a un establecimiento de material deportivo y allí buscó un modelo deportivo de otra marca conocida, que por ser un modelo de la temporada anterior tuviera un importante descuento. La señora de Labastida pensó que era una solución intermedia y que a Carlos

le gustaría más que el del hipermercado. Teniendo en cuenta que ella no estaba dispuesta a pagar el modelo que él quería, compró el rebajado, que estaba en oferta.

2.- De acuerdo a lo estudiado, responde las siguientes cuestiones:

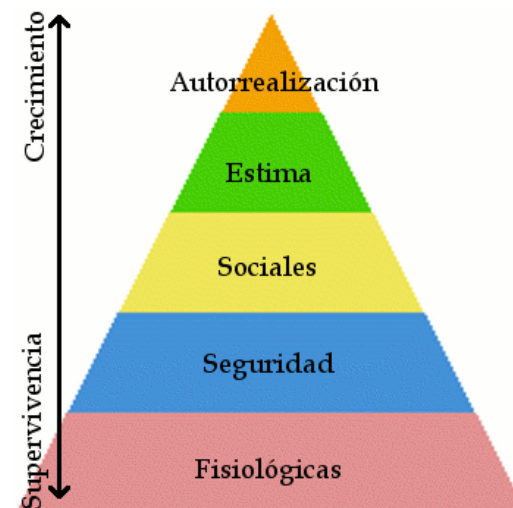
- a) ¿Qué factor determina en Carlos la necesidad de un cambio de equipo de deporte?
- b) ¿Qué tipo de necesidad es la sentida por Carlos?
- c) ¿Qué rol desempeña el tenista famoso en ese proceso de decisión?
- d) ¿Qué papel desempeña la madre en el momento de discusión con su hijo?
- e) ¿Qué papel desempeña la madre cuando va al establecimiento de material deportivo?
- f) ¿Qué rol juega Carlos?
- g) ¿Ha sido totalmente satisfecha la necesidad de Carlos? ¿Qué necesidad está ahora latente?

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 1:</b>	Operación del proceso de ventas.		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	1.1 Ofrece los productos y servicios de la empresa utilizando las técnicas de venta acordes a las transacciones que se generen.		
<b>Ejercicio núm. 2:</b>	Aplicación de la pirámide de necesidades		

La existencia de la pirámide de Maslow, jerarquiza las necesidades humanas de mayor a menor importancia, para determinar el perfil del vendedor. Generalmente las empresas hacen este tipo de prácticas para saber si alguien es o no apto para ocupar el perfil de un vendedor.

Jerarquiza las siguientes acciones de acuerdo con la pirámide de Maslow.

1. Obtener un título académico.
2. Contar con jueces y magistrados.
3. Celebrar una fiesta de cumpleaños.
4. Tener un de un par de pantalones.
5. Conseguir el puesto de trabajo que tanto deseamos.
6. Pertenecer a un club de moda.
7. Comprar un kilo de papas.
8. Tener un collar de perlas cultivadas.
9. Tener un abrigo de pieles de Alaska.
10. Comprar media docena de huevos.
11. Existencia del cuerpo de bomberos.
12. Tener un abrigo de piel.
13. Asistir a una conferencia sobre un tema determinado.
14. Comprar un seguro a todo riesgo para el coche.
15. Colocar de un sistema antirrobo en nuestra casa.
16. Visitar una exposición de arte con mis amigos
17. Acudir a una subasta de uno de mis ídolos
18. Comprar un par de pantalones vaqueros
19. Realizar un curso de ventas on line.
20. Recibir el diploma acreditativo después de haber terminado el curso.
21. Asistir a la celebración de un matrimonio.
22. Ascender en el trabajo después de mucho esfuerzo.
23. Alquilar un departamento en una ciudad nueva que no conocemos.
24. Beber un vaso de agua después de mucho esfuerzo



25. Cambiar nuestra residencia habitual a una zona privada, con piscina, tenis, jardinero, etcétera.
26. Poseer un reloj de pulsera de oro y brillantes
27. Tener un auto convertible de lujo
28. Pertenecer a la asociación de vecinos de nuestra comunidad
29. Pasear con un súper auto en Cancún
30. Contar con servicio de policía municipal en nuestra ciudad
31. Hacer un viaje en crucero por el mundo después de haber ahorrado toda la vida para ello.
32. Apuntarte a clases de bailes de salón
33. Comprar el pan todos los días
34. Contar con servicio de recolección de basuras municipales

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 1:</b>	Operación del proceso de ventas.		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>1.2</b> Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas para las transacciones y negociaciones de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 3:</b>	Evaluación de la habilidad persuasiva		

La venta es un proceso comunicativo bilateral en el que prima la flexibilidad y el carácter recíproco, con el objetivo de conocer y convencer al cliente. El conocimiento se obtiene a través de preguntas, y el sí del cliente a través de una poderosa argumentación unida a una refinada habilidad de persuasión.

Centrando nuestro interés en ésta última aptitud, a continuación te mostramos un cuestionario que te indicará cuál es tu valor actual como persuasor.

Cada una de las respuestas tiene un valor 1=3      2=4      3=5      4=6

1.- Responde el cuestionario, si tu respuesta es "Nunca", marca 1; si es "A veces", 2; si es "A menudo", 3 y si es "Siempre", 4

- a) Habitualmente proporciono detalles abundantes sobre aquellos aspectos que pienso que son importantes, sin tener en cuenta si la otra persona está de acuerdo conmigo.
- b) Durante la conversación utilizo a expresiones o palabras que a la persona le gusta escuchar, con el fin de atraer su atención y despertar su interés.
- c) Cuando hablo con mis amigos o familiares tengo la tendencia a dirigirme y utilizar con frecuencia su nombre.
- d) Construyo argumentos que sigan un orden, realizando conexiones rápidas y adaptándolos a otra persona
- e) Ilustro los argumentos que ofrezco con ejemplos, datos, demostraciones creíbles.
- f) En las conversaciones suelo emplear frecuentemente palabras o expresiones tales como " debes" o "hazme caso".
- g) Intento conectar el interés de la otra persona con la oferta que le presento.
- h) Cuando la otra persona propone una objeción a mis argumentos, lo primero que hago es reafirmar mi posición.
- i) Suelo utilizar expresiones que hagan reforzar en la otra persona que soy la respuesta a sus necesidades.



j) Si en una conversación se produce un silencio inmediatamente intento romperlo.

2. Suma el total de puntuaciones y consulta el posterior análisis. ¿Cuál?

Interpreta tus resultados

3.- Compara tu autoevaluación con la de tus compañeros y obtén conclusiones.

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
---------------------------	--	---------------	--

<b>Unidad de Aprendizaje 1:</b>	Operación del proceso de ventas.		
---------------------------------	----------------------------------	--	--

<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>1.2</b> Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas para las transacciones y negociaciones de la empresa.		
----------------------------------	---	--	--

<b>Ejercicio núm. 4:</b>	Identificación del perfil del vendedor (¿Sobrevivirá José?)		
--------------------------	---	--	--

1.- Lee con atención el siguiente caso hipotético

Al salir de la universidad, José aceptó con entusiasmo un puesto de vendedor con muy buen salario pero de mucha responsabilidad. Él era maestro de educación física y se propuso ser entrenador de fútbol de preparatoria, pero al no encontrar un puesto adecuado en la zona de su preferencia, decidió probar con las ventas.

José es alto, bien parecido y tiene un espíritu aventurero; no le teme a la gente ni a las circunstancias. Sabe contestar rápido, tiene bastante confianza en sí mismo y cuida mucho su aspecto. Es fácil que a uno le caiga bien debido a su vitalidad y personalidad. Lo mejor de todo es que no se da por vencido fácilmente. Su entrenamiento deportivo le enseñó que uno no debe rendirse hasta que acabe el partido. Aparte de todo, tiene una aptitud natural de liderazgo. En su último año escolar fue, entre otras cosas, capitán del equipo de fútbol.

A lo largo de dos semanas de adiestramiento en ventas, se hizo evidente que José no siempre tomaba en serio las técnicas de la profesión. De alguna manera sentía que no era indispensable aprender las reglas de juego cuando podía confiar en su personalidad. En sesiones de adiestramiento de grupo y cuando se le enviaba junto con un vendedor profesional para adquirir experiencia frente a verdaderos clientes, aparentaba poner atención. Sin embargo, más tarde, cuando tenía la oportunidad de demostrar lo que había aprendido, se valía de sus propias ideas. En esos casos, cuando se le permitía aproximarse solo a los posibles clientes, era el que más hablaba, sin siquiera intentar comprender el punto de vista del cliente. A pesar de su poca capacidad para escuchar, todos en la compañía (en especial sus compañeros de curso) le tienen afecto y opinan que es un vendedor nato. La mayoría le pronostica un pronto éxito.

2.- De acuerdo a lo estudiado, responde y justifica la siguiente pregunta:

¿Tendrá éxito José y se convertirá en un profesional de larga carrera?

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 1:</b>	Operación del proceso de ventas.		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>1.2</b> Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas para las transacciones y negociaciones de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 5:</b>	Detección de las necesidades del cliente		

En toda situación de venta, el vendedor afronta el problema de averiguar las necesidades del cliente, antes de presentar un producto o servicio. Por muy eficaz que sea la presentación, el vendedor perderá su tiempo si no mantiene una actitud abierta para obtener información del cliente.

Para identificar las necesidades de los clientes y conseguir una buena venta se sugieren las siguientes preguntas.

1. **Preguntas generales:** planteadas en términos generales para que el interlocutor tenga plena libertad de contestar como desea.
2. **Preguntas específicas:** su finalidad es reducir un tema a información básica y concreta.
3. **Preguntas de sondeo:** cuya finalidad es centrar la atención a los problemas reales, o sea los verdaderamente importantes.
4. **Preguntas que sugieren la respuesta:** su finalidad es ayudar al cliente cuando parece incapaz de definir sus necesidades personales.

Bien ya sabes que preguntarías para conocer las necesidades de un cliente ahora sitúate en el siguiente caso hipotético:

Raúl tiene interés en adquirir un seguro para auto pero en el mercado existe una diversidad de ellos y no sabe cuál adquirir. Tú trabajas como vendedor en Seguros América e intentas que Raúl te compre tus seguros:

- a. Genera una estrategia de ventas
- b. Diseña un producto en este caso un seguro cuyas cualidades deben ser específicas para que satisfagan a los clientes
- c. Diseña un caso real donde puedas utilizar los cuatro tipos de preguntas

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 1:</b>	Operación del proceso de ventas.		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>1.2</b> Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas para las transacciones y negociaciones de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 6:</b>	Dramatización de cómo tratar con clientes difíciles		

Para tratar al cliente debes tener en cuenta los siguientes pasos.

1. Mantener una actitud amigable y profesional
2. Reconocer que existe una situación difícil
3. Calmar al cliente por medio de preguntas y verificaciones
4. Enfocar al cliente en el problema
5. Manejar el problema

1.- Tomando en cuenta la información anterior, elabora un guion para dramatizar en equipo la siguiente situación:

Trabajas en una tienda departamental en tu ciudad y es Navidad, un cliente está muy molesto e insatisfecho porque la compra que realiza no era lo que él esperaba y exige la reposición de su dinero, la política principal de la empresa es "El cliente siempre tiene la razón", sin embargo el artículo comprado no tiene garantía de cambio.

2.- Elabora un reporte acerca de lo acontecido en la dramatización y cómo mejorarías los pasos para el tratamiento de clientes difíciles.

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 2:</b>	Supervisión del proceso de ventas		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	2.1 Realiza el seguimiento de las ventas de la empresa basándose en lineamientos y la normatividad de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 7:</b>	Planificación de la entrevista con el cliente para escuchar profesionalmente		

Lee con atención el siguiente caso hipotético

Eres el vendedor de partes eléctricas para automóvil y hoy tienes una cita importante con la empresa más grande de México en la fabricación de vehículos, te han encomendado cerrar a toda costa un negocio con dicha empresa.

Contesta las siguientes preguntas que te ayudarán a cerrar el trato.

1. ¿Cuáles son los hechos específicos de la entrevista?

---

---

---

---

2. ¿Qué sabe el cliente de mi producto o servicio?

---

---

---

---

3. ¿Qué actitud tiene el cliente hacia mi producto o servicio?

---

---

---

4. ¿Cuál será la actitud del cliente hacia mí?

---

---

---

5. ¿Qué antecedentes o experiencias compartidas podemos tener en común?

---

---

---

6. ¿Cuál será la tónica de la entrevista?

---

---

---

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 2:</b>	Supervisión del proceso de ventas		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	2.1 Realiza el seguimiento de las ventas de la empresa basándose en lineamientos y la normatividad de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 8:</b>	Identificación de la necesidad de comprar		

Analiza la pregunta ¿Porque compra la gente? de acuerdo con las siguientes indicaciones

- Has un pequeño ensayo del porque crees que exista la necesidad de comprar
- Compáralo con tus compañeros
- Llega a conclusiones.
- Toma en cuenta la situación económica de tu localidad, estado y país.

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 2:</b>	Supervisión del proceso de ventas		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	2.1 Realiza el seguimiento de las ventas de la empresa basándose en lineamientos y la normatividad de la empresa.		
<b>Ejercicio núm. 9:</b>	Ayudar a un equipo de vendedores sedentarios a restablecer los márgenes de ganancias		

1.- Lee con atención la siguiente información

**Sector de actividad:** Negocio de productos técnicos de aluminio (barras, chapas, tubos, cloques) con una importante dimensión de servicio (acabado).

**Contexto y objetivos:** El mercado acababa de sufrir un fuerte y súbito aumento del precio de las materias primas en un 12%

2.- Analiza la situación y contesta lo siguiente:

- ¿Cómo repercutirá en los clientes finales el aumento, y a nosotros el tratar de no subir nuestros precios protegiendo al mismo tiempo los volúmenes y la rentabilidad?
- ¿Cómo preservar en este contexto los márgenes y la ganancia realizada con los servicios (porte, embalaje, gastos de facturación, certificado de calidad)?
- ¿Cómo inspirar confianza y revalorizar a los vendedores internos que a menudo eran considerados como simples "presupuestadores"?



<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 2:</b>	Supervisión del proceso de ventas		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>2.2</b> Maneja sistemas de información mediante la captura y consulta de datos.		
<b>Ejercicio núm. 10:</b>	Ventas adicionales en tiendas		

1.- Lee con atención la siguiente información

**Sector de actividad:** Trajes de baño de gama alta

**Contexto y objetivos:** Se trata de una red de tiendas de marca "propia". Dicha marca ha registrado una expansión fulgurante durante los últimos 10 años, lo que ha supuesto la apertura de un centenar de tiendas por el mundo.

Los problemas del cliente cuando nos contacta:

- La tasa de transformación es demasiado baja, no se producen suficientes ventas en relación con el número de visitas en tienda
- Las ventas adicionales son insuficientes, los clientes acuden al punto de venta para comprar un traje de baño, pero los complementos (camisas, sombreros, sandalias) no se venden lo suficiente. Las vendedoras no dominan el arte de la venta como tal

2.- Analiza la situación y contesta lo siguiente:

- a) ¿Cómo incrementar la tasa de transformación?
- b) ¿Cómo gestionar mejor los retornos comerciales y obtener la fidelidad de la clientela?
- c) ¿Cómo desarrollar las ventas adicionales?
- d) ¿Cómo concienciar a las vendedoras del interés que representan las técnicas de venta aunque hasta ahora no se haya contemplado la implantación de formación alguna en este sentido?

<b>Nombre del Alumno:</b>		<b>Grupo:</b>	
<b>Unidad de Aprendizaje 2:</b>	Supervisión del proceso de ventas		
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	2.2 Maneja sistemas de información mediante la captura y consulta de datos.		
<b>Ejercicio núm. 11:</b>	Proyección de ventas		

1.- Lee con atención el siguiente caso hipotético

En el siguiente cuadro, la empresa la “Fruta Seca” que se dedica a la comercialización de dulces presenta su histórico de resultados durante tres periodos y quiere ver una futura proyección para el siguiente año y pide al departamento de ventas una proyección de ventas al año siguiente.

<b>“FRUTA SECA”</b>			
<b>Estado de Resultados</b>			
<b>Por los años terminados en 31 de diciembre de: 2007, 2008 y 2009</b>			
<b>(Miles de pesos)</b>			
	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Ventas netas	13.183.719	14.671.270	15.752.958
Costo de ventas. y prestación de servicios	-6.883.877	-7.565.971	-7.518.449
<b>Utilidad bruta</b>	6.299.842	7.105.299	8.234.509
Gastos. operacionales de administración	-1.635.921	-1.689.008	-2.136.588
Gastos. operacionales de ventas	-3.743.195	-4.225.959	-5.022.378
<b>Utilidad operacional</b>	920.726	1.190.332	1.075.543
Ingresos no operacionales	356.789	225.715	752.485
Gastos. no operacionales	-1.115.963	-1.280.521	-1.332.863
<b>Utilidad neta antes de impuestos</b>	161.552	135.526	495.165
Ajustes por inflación	318.147	287.535	299.934
Impuestos de renta y complementarios	-287.531	-194.890	-174.776
<b>Utilidad del ejercicio</b>	192.168	228.171	620.323

- 2.- Con los datos presentados elabora una **estrategia de venta** la cual elevaría al 16% las utilidades del ejercicio teniendo como parámetro el año anterior inmediato.
  
- 3.- Comenta con tus compañeros de grupo que crees que sean los factores para que los gastos de operación aumenten año con año y que estrategia utilizarías para disminuirlos.

## **II. Guía de Evaluación del Módulo Manejo de técnicas de venta**

## 7. 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 guiar en la evaluación de las competencias adquiridas por los alumnos, asociadas a los Resultados de Aprendizaje; en donde además, describe las técnicas y los instrumentos a utilizar y la ponderación de cada actividad de evaluación. Los Resultados de Aprendizaje se definen tomando como referentes: las **competencias genéricas** que va adquiriendo el alumno para desempeñarse en los ámbitos personal y profesional que le permitan convivir de manera armónica con el medio ambiente y la sociedad; las **disciplinares**, esenciales para que los alumnos puedan desempeñarse eficazmente en diversos ámbitos, desarrolladas en torno a áreas del conocimiento y las **profesionales** que le permitan un desempeño eficiente, autónomo, flexible y responsable de su ejercicio profesional y de actividades laborales específicas, en un entorno cambiante que exige la multifuncionalidad.

La importancia de la evaluación de competencias, bajo un enfoque de **mejora continua**, reside en que es un proceso por medio del cual se obtienen y analizan las evidencias del desempeño de un alumno con base en la guía de evaluación y rúbrica, para emitir un juicio que conduzca a tomar decisiones.

La evaluación de competencias se centra en el desempeño real de los alumnos, soportado por evidencias válidas y confiables frente al referente que es la guía de evaluación, la cual, en el caso de competencias profesionales, está asociada con alguna normalización específica de un sector o área y no en contenidos y/o potencialidades.

El **Modelo de Evaluación** se caracteriza porque es **Confiable** (que aplica el mismo juicio para todos los alumnos), **Integral** (involucra las dimensiones intelectual, social, afectiva, motriz y axiológica), **Participativa** (incluye autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación), **Transparente** (congruente con los aprendizajes requeridos por la competencia), **Válida** (las evidencias deben corresponder a la guía de evaluación).

### **Evaluación de los Aprendizajes.**

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 alumnos. Permite también establecer vínculos socio-afectivos entre el docente y su grupo. El alumno a su vez podrá obtener información sobre los aspectos donde deberá hacer énfasis en su dedicación. El docente podrá **identificar las características del grupo y 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 alumno, en forma constante, ya sea al finalizar cada actividad de aprendizaje o en la integración de varias de éstas. Tiene como finalidad **informar a los alumnos 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 docente puede asumir nuevas estrategias que contribuyan a mejorar los resultados del grupo.

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 bien 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 las mismas personas

La **coevaluación** es la que los alumnos se evalúan mutuamente, es decir, evaluadores y evaluados intercambian su papel alternativamente; 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 alumno y al docente:

- 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 se orienten hacia 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** que 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.

### Actividades de Evaluación

Los programas de estudio están conformados por Unidades de Aprendizaje (UA) que agrupan Resultados de Aprendizaje (RA) vinculados estrechamente y que requieren irse desarrollando paulatinamente. Dado que se establece un resultado, es necesario comprobar que efectivamente éste se ha alcanzado, de tal suerte que en la descripción de cada unidad se han definido las actividades de evaluación indispensables para evaluar los aprendizajes de cada uno de los RA que conforman las unidades.

Esto no implica que no se puedan desarrollar y evaluar otras actividades planteadas por el docente, pero es importante no confundir con las actividades de aprendizaje que realiza constantemente el alumno para contribuir a que logre su aprendizaje y que, aunque se evalúen con fines formativos, no se registran formalmente en el **Sistema de Administración Escolar SAE**. El **registro formal** procede sólo para las actividades descritas en los programas y planes de evaluación.

De esta manera, cada uno de los RA tiene asignada al menos una actividad de evaluación, a la cual se le ha determinado una ponderación con respecto a la Unidad a la cual pertenece. Ésta a su vez, tiene una ponderación que, sumada con el resto de Unidades, **conforma el 100%**. Es decir, para considerar que se ha adquirido la competencia correspondiente al módulo de que se trate, deberá **ir acumulando** dichos porcentajes a lo largo del período para estar en condiciones de acreditar el mismo. Cada una de estas ponderaciones dependerá de la relevancia que tenga la AE con respecto al RA y éste a su vez, con respecto a la Unidad de Aprendizaje. Estas ponderaciones las asignará el especialista diseñador del programa de estudios.

La ponderación que se asigna en cada una de las actividades queda asimismo establecida en la **Tabla de ponderación**, la cual está desarrollada en una hoja de cálculo que permite, tanto al alumno como al docente, ir observando y calculando los avances en términos de porcentaje, que se van alcanzando (ver apartado 8 de esta guía).

Esta tabla de ponderación contiene los Resultados de Aprendizaje y las Unidades a las cuales pertenecen. Asimismo indica, en la columna de actividades de evaluación, la codificación asignada a ésta desde el programa de estudios y que a su vez queda vinculada al Sistema de Evaluación Escolar SAE. Las columnas de aspectos a evaluar, corresponden al tipo de aprendizaje que se evalúa: **C = conceptual; P = Procedimental y A = Actitudinal**. Las siguientes tres columnas indican, en términos de porcentaje: la primera el **peso específico** asignado desde el programa de estudios para esa actividad; la segunda, **peso logrado**, es el nivel que el alumno alcanzó con base en las evidencias o desempeños demostrados; la tercera, **peso acumulado**, se refiere a la suma de los porcentajes alcanzados en las diversas actividades de evaluación y que deberá acumular a lo largo del ciclo escolar.

Otro elemento que complementa a la matriz de ponderación es la **rúbrica o matriz de valoración**, que establece los **indicadores y criterios** a considerar para evaluar, ya sea un producto, un desempeño o una actitud y la cual se explicará a continuación.

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 celdas 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**, en el cual, además de cumplir con los estándares o requisitos establecidos como necesarios en el logro del producto o desempeño, es propositivo, demuestra iniciativa y creatividad, o que va más allá de lo que se le solicita como mínimo, aportando

elementos adicionales en pro del indicador; **Suficiente**, si cumple con los estándares o requisitos establecidos como necesarios para demostrar que se ha desempeñado adecuadamente en la actividad o elaboración del producto. Es en este nivel en el que podemos decir que se ha adquirido la competencia. **Insuficiente**, para cuando no cumple con los estándares o requisitos mínimos establecidos para el desempeño o producto.

### **Evaluación mediante la matriz de valoración o rúbrica**

Un punto medular en esta metodología es que al alumno se le proporcione el **Plan de evaluación**, integrado por la **Tabla de ponderación y las Rúbricas**, con el fin de que pueda conocer qué se le va a solicitar y cuáles serán las características y niveles de calidad que deberá cumplir para demostrar que ha logrado los resultados de aprendizaje esperados. Asimismo, él tiene la posibilidad de autorregular su tiempo y esfuerzo para recuperar los aprendizajes no logrados.

Como se plantea en los programas de estudio, en una **sesión de clase previa a finalizar la unidad**, el docente debe hacer una **sesión de recapitulación** con sus alumnos con el propósito de valorar si se lograron los resultados esperados; con esto se pretende que el alumno tenga la oportunidad, en caso de no lograrlos, de rehacer su evidencia, realizar actividades adicionales o repetir su desempeño nuevamente, con el fin de recuperarse de inmediato y no esperar hasta que finalice el ciclo escolar acumulando deficiencias que lo pudiesen llevar a no lograr finalmente la competencia del módulo y, por ende, no aprobarlo.

La matriz de valoración o rúbrica tiene asignadas a su vez valoraciones para cada indicador a evaluar, con lo que el docente tendrá los elementos para evaluar objetivamente los productos o desempeños de sus alumnos. Dichas valoraciones están también vinculadas al SAE y a la matriz de ponderación. Cabe señalar que **el docente no tendrá que realizar operaciones matemáticas para el registro de los resultados de sus alumnos**, simplemente deberá marcar en cada celda de la rúbrica aquella que más se acerca a lo que realizó el alumno, ya sea en una hoja de cálculo que emite el SAE o bien, a través de la Web.



## 8. Tabla de Ponderación

UNIDAD	RA	ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	ASPECTOS A EVALUAR			% Peso Específico	% Peso Logrado	% Peso Acumulado
			C	P	A			
1. Operación del proceso de ventas.	1.1. Ofrece los productos y servicios de la empresa utilizando las técnicas de venta acordes a las transacciones que se generen.	1.1.1.	▲		▲	20		
	1.2 Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas de la empresa.	1.2.1	▲		▲	35		
<b>% PESO PARA LA UNIDAD</b>						<b>55</b>		
2. Supervisión del proceso de ventas	2.1 Realiza el seguimiento de las ventas de la empresa basándose en lineamientos y la normatividad de la empresa.	2.1.1	▲	▲	▲	25		
	2.2 Maneja sistemas de información mediante la captura y consulta de datos.	2.2.1	▲		▲	20		
<b>% PESO PARA LA UNIDAD</b>						<b>45</b>		
<b>PESO TOTAL DEL MÓDULO</b>						<b>100</b>		

**9. Materiales para el Desarrollo de  
Actividades de Evaluación**

## 10. Matriz de Valoración o Rúbrica

### MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: TVEN-02	Nombre del Módulo:	Manejo de técnicas de venta	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:		Grupo:	Fecha:	
Resultado de Aprendizaje:	1.1. Ofrece los productos y servicios de la empresa utilizando las técnicas de venta acordes a las transacciones que se generen.		Actividad de evaluación:	1.1.1 Realiza un trabajo escrito acerca del proceso de técnicas de venta.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
<b>Introducción</b>	20	Realiza una introducción acerca de las ventas que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes.</li> <li>• Tipos de venta.</li> <li>• Características.</li> <li>• Incluye una opinión propia acerca del tema ventas.</li> </ul>	Realiza una introducción acerca de las ventas que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes.</li> <li>• Tipos de venta.</li> <li>• Características.</li> </ul>	Omite realizar cualquiera de las siguientes: Realizar una introducción acerca de las ventas que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antecedentes.</li> <li>• Tipos de venta.</li> <li>• Características.</li> </ul>
<b>La venta como servicio</b>	20	Menciona los elementos que integran a la venta como servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventa</li> <li>• Venta.</li> <li>• Postventa.</li> <li>• Reventa.</li> </ul>	Menciona los elementos que integran a la venta como servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventa</li> <li>• Venta.</li> <li>• Postventa.</li> </ul>	Omite alguno de los elementos que integran a la venta como servicio. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventa</li> <li>• Venta.</li> <li>• Postventa.</li> </ul>
<b>Clasificación de ventas</b>	20	Expone la clasificación de las ventas de productos o servicios. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoreo</li> <li>• Menudeo</li> <li>• Detalle</li> <li>• Sobre producción en serie.</li> <li>• Sobre producción específica.</li> <li>• A comisión</li> <li>• A consignación</li> </ul>	Expone la clasificación de las ventas de productos o servicios. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoreo</li> <li>• Menudeo</li> <li>• Detalle</li> <li>• Sobre producción en serie</li> <li>• Sobre producción específica</li> <li>• A comisión</li> <li>• A consignación</li> </ul>	Omite realizar cualquiera de las siguientes: Exponer la clasificación de las ventas de productos o servicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayoreo</li> <li>• Menudeo</li> <li>• Detalle</li> <li>• Sobre producción en serie</li> <li>• Sobre producción específica</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por concurso</li> <li>• Por regiones</li> <li>• De exportación</li> <li>• Por mercados específicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por concurso.</li> <li>• Por regiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A comisión</li> <li>• A consignación</li> <li>• Por concurso</li> <li>• Por regiones.</li> </ul>
<b>Descripción del área de ventas</b>	<b>20</b>	<p>Describe el área de ventas considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del vendedor</li> <li>• Tipos de vendedor</li> <li>• Funciones</li> </ul> <p>Menciona los puestos de mandos medios y operativos dentro del departamento así como la estructura organizacional del mismo.</p>	<p>Describe el área de ventas considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del vendedor</li> <li>• Tipos de vendedor</li> <li>• Funciones</li> </ul>	<p>Omite alguno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del vendedor</li> <li>• Tipos de vendedor</li> <li>• Funciones</li> </ul>
<b>Técnicas de venta</b>	<b>15</b>	<p>Incorpora las siguientes técnicas de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta en tienda</li> <li>• Venta a domicilio</li> <li>• Venta ambulante</li> <li>• <i>Call center</i> o televenta</li> <li>• Directa</li> <li>• Por catálogo</li> <li>• Internet</li> <li>• Telemarketing</li> <li>• Intangibles.</li> <li>• Venta por Internet.</li> </ul>	<p>Incorpora las siguientes técnicas de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta en tienda</li> <li>• Venta a domicilio</li> <li>• Venta ambulante</li> <li>• <i>Call center</i> o televenta</li> <li>• Directa</li> <li>• Por catálogo</li> <li>• Internet</li> <li>• Telemarketing</li> <li>• Intangibles</li> </ul>	<p>Omite incorporar alguna de las siguientes técnicas de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta en tienda</li> <li>• Venta a domicilio</li> <li>• Venta ambulante</li> <li>• <i>Call center</i> o televenta</li> <li>• Directa</li> <li>• Por catálogo.</li> <li>• Internet</li> <li>• <i>Telemarketing</i></li> <li>• Intangibles</li> </ul>
<b>Presentación escrita y aspectos actitudinales AUTOEVALUACIÓN</b>	<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene una portada con los siguientes datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> </li> <li>• Muestra responsabilidad al entregar el trabajo en la fecha estipulada y considerando las reglas ortográficas y de sintaxis.</li> <li>• Muestra organización al presentar el trabajo engargolado.</li> <li>• Realiza una presentación gráfica del trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene una portada con los siguientes datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> </li> <li>• Muestra responsabilidad al entregar el trabajo en la fecha estipulada y considerando las reglas ortográficas y de sintaxis.</li> <li>• Muestra organización al presentar el trabajo engargolado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omite incluir una portada con los siguientes datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno.</li> <li>– Fecha de entrega.</li> <li>– Título de del proyecto</li> </ul> </li> <li>• Omite mostrar responsabilidad al entregar el trabajo en la fecha estipulada y considerando las reglas ortográficas y de sintaxis.</li> <li>• Omite mostrar organización al presentar el trabajo engargolado.</li> </ul>
	<b>100</b>			

### MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: TVEN-02	Nombre del Módulo:	Manejo de técnicas de venta	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:		Grupo:	Fecha:	
Resultado de Aprendizaje:	1.2 Proporciona el servicio de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas de la empresa.	Actividad de evaluación:	1.2.1	Elabora una propuesta para la venta de un producto

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
<b>Análisis del ciclo de vida de los productos</b>	20	Define las siguientes etapas del ciclo de vida de un producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al mercado</li> <li>• Crecimiento.</li> <li>• Madurez</li> <li>• Declive</li> </ul> Incluye gráfica el ciclo de vida de un producto.	Define las siguientes etapas del ciclo de vida de un producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al mercado</li> <li>• Crecimiento</li> <li>• Madurez</li> <li>• Declive</li> </ul>	Omite alguna de las siguientes etapas del ciclo de vida de un producto: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción al mercado</li> <li>• Crecimiento</li> <li>• Madurez.</li> <li>• Declive</li> </ul>
<b>Generación del ciclo de venta</b>	30	Define la gestión de venta acorde a los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Presupuestos para promoción</li> <li>• Precio</li> <li>• Distribución</li> </ul> Define ampliamente el producto a comercializar debido a que la gestión de venta no es igual para todos los productos.	Define la gestión de venta acorde a los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Presupuestos para promoción</li> <li>• Precio</li> <li>• Distribución</li> </ul>	Omite en la definición alguno de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Presupuestos para promoción</li> <li>• Precio</li> <li>• Distribución</li> </ul>
<b>Prolongación del ciclo de venta</b>	30	Expone lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relanzamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cambio de fórmula.</li> <li>– Cambio de características.</li> <li>– Notable mejora de la calidad.</li> <li>– Importantes y nuevas ventajas competitivas.</li> </ul> </li> </ul>	Expone lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relanzamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cambio de fórmula.</li> <li>– Cambio de características.</li> <li>– Notable mejora de la calidad.</li> </ul> </li> </ul>	Omite exponer alguno de los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relanzamiento.               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cambio de fórmula.</li> <li>– Cambio de características.</li> <li>– Notable mejora de la calidad.</li> </ul> </li> </ul>

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prolongación de la fase de madurez.               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Incrementar la frecuencia de compra de los clientes</li> <li>– Promover nuevos hábitos de consumo.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Importantes y nuevas ventajas competitivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Importantes y nuevas ventajas competitivas.</li> </ul>
<b>Presentación escrita</b>	<b>10</b>	<p>La propuesta contiene una portada con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> <p>Considera las reglas ortográficas y de sintaxis. Realiza una presentación gráfica del trabajo.</p>	<p>La propuesta contiene una portada con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno.</li> <li>– Fecha de entrega.</li> <li>– Título del proyecto.</li> </ul> <p>Considera las reglas ortográficas y de sintaxis.</p>	<p>Omite realizar la portada con alguno de los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno.</li> <li>– Fecha de entrega.</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> <p>Omite las reglas ortográficas y/o de sintaxis.</p>
<b>Actitudes</b>	<b>10</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> <li>• Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> </ul>	<p>Omite realizar cualquiera de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> </ul>
	<b>100</b>			

### MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

<b>Siglema:</b> TVEN-02	<b>Nombre del Módulo:</b>	<b>Manejo de técnicas de venta</b>	<b>Nombre del Alumno:</b>	
<b>Docente evaluador:</b>		<b>Grupo:</b>		<b>Fecha:</b>
<b>Resultado de Aprendizaje:</b>	<b>2.1</b> Realiza el seguimiento de las ventas de la empresa basándose en lineamientos y la normatividad de la empresa.	<b>Actividad de evaluación:</b>	<b>2.1.1</b>	Elabora una lista de cotejo para realizar el seguimiento de la venta de un producto.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
<b>Contenido de la lista de cotejo</b>	<b>60</b>	<p>La lista de cotejo incluye los siguientes apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Satisfacción del cliente con respecto a la entrega y calidad del producto</li> <li>Distribución del producto</li> <li>Fuerza de ventas</li> <li>Desempeño del vendedor</li> <li>Propone un aspecto más para evaluar la venta del producto</li> </ul>	<p>La lista de cotejo incluye los siguientes apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Satisfacción del cliente con respecto a la entrega y calidad del producto</li> <li>Distribución del producto</li> <li>Fuerza de ventas</li> <li>Desempeño del vendedor</li> </ul>	<p>Omite realizar cualquiera de los siguientes:</p> <p>La lista de cotejo incluye alguno de los siguientes apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Satisfacción del cliente con respecto a la entrega y calidad del producto</li> <li>Distribución del producto</li> <li>Fuerza de ventas</li> <li>Desempeño del vendedor</li> </ul>
<b>Presentación escrita</b>	<b>20</b>	<p>Contiene una portada con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre del alumno</li> <li>Grado, grupo y carrera</li> <li>Fecha de entrega</li> <li>Título del proyecto</li> </ul> <p>Realiza una presentación gráfica del trabajo.</p>	<p>Contiene una portada con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre del alumno</li> <li>Grado, grupo y carrera</li> <li>Fecha de entrega</li> <li>Título del proyecto</li> </ul>	<p>Omite realizar una portada con los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre del alumno</li> <li>Grado, grupo y carrera</li> <li>Fecha de entrega</li> <li>Título del proyecto</li> </ul>
<b>Actitudes</b>	<b>20</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</li> <li>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>Entrega el trabajo cuidando aspectos de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</li> <li>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> </ul>	<p>Omite realizar cualquiera de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo.</li> <li>Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>Muestra organización y responsabilidad al entregar su</li> </ul>

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
	100	limpieza y orden. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> <li>• Muestra disposición y asume el rol asignado en el trabajo colaborativo.</li> <li>• Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> <li>• Muestra disposición y asume el rol asignado en el trabajo colaborativo.</li> </ul>	trabajo en la fecha establecida por el Docente. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> <li>• Muestra respeto al cuidar y utilizar apropiadamente las instalaciones y el material escolar.</li> <li>• Muestra disposición y asume el rol asignado en el trabajo colaborativo.</li> </ul>



### MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: TVEN-02	Nombre del Módulo:	Manejo de técnicas de venta	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:		Grupo:		Fecha:
Resultado de Aprendizaje:	2.2 Maneja sistemas de información mediante la captura y consulta de datos.	Actividad de evaluación:	2.2.1 Elabora reportes de ventas e informe de conclusiones. <b>HETEROEVALUACIÓN</b>	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Generación de reportes	60	Genera en un sistema de información los siguientes reportes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuestos</li> <li>• Pedidos</li> <li>• Salida</li> <li>• Facturas</li> </ul> Genera un reporte exclusivo y detallado para la gerencia.	Genera en un sistema de información los siguientes reportes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuestos.</li> <li>• Pedidos.</li> <li>• Salida</li> <li>• Facturas</li> </ul>	Omite alguno de los siguientes reportes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuestos.</li> <li>• Pedidos</li> <li>• Salida</li> <li>• Facturas</li> </ul>
Informe de conclusiones	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene una portada con los siguientes datos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Grado, grupo y carrera</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> </li> <li>• Incluye un índice y una introducción o presentación del contenido.</li> <li>• Realiza las conclusiones de por lo menos una cuartilla.</li> <li>• Realiza una presentación gráfica del trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene una portada con los siguientes datos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Grado, grupo y carrera</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> </li> <li>• Incluye un índice y una introducción o presentación del contenido.</li> <li>• Realiza las conclusiones de por lo menos una cuartilla.</li> </ul>	Omite realizar una portada con los siguientes datos: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nombre del alumno</li> <li>– Grado, grupo y carrera</li> <li>– Fecha de entrega</li> <li>– Título del proyecto</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incluye un índice y una introducción o presentación del contenido.</li> <li>• Realiza las conclusiones de por lo menos una cuartilla.</li> </ul>
Actitudes	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para</li> </ul>	Omite realizar cualquiera de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra perseverancia al</li> </ul>

INDICADORES	%	C R I T E R I O S		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		mejorar su trabajo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>• Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> <li>• Participa en la conservación de la higiene en el aula.</li> </ul>	mejorar su trabajo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>• Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> </ul>	aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca soluciones a los problemas que le presentan.</li> <li>• Prevé estrategias para alcanzar sus objetivos.</li> <li>• Muestra organización y responsabilidad al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.</li> <li>• Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden.</li> </ul>
	100			