

I. Guía Pedagógica del Módulo Ventas por teléfono en inglés

Contenido

	Pág.
I. Guía pedagógica	
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	26
II. Guía de evaluación	71
7. Descripción	72
8. Tabla de ponderación	76
9. Materiales para el desarrollo de actividades de evaluación	77
10. Matriz de valoración o rúbrica	79

1. Descripción

La Guía Pedagógica es un documento que integra elementos técnico-metodológicos planteados de acuerdo con los principios y lineamientos del **Modelo Académico del Conalep** para orientar la práctica educativa del docente 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

Título:	
Unidad (es) de competencia laboral: 1.	
Código:	Nivel de competencia:

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 del 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 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 (Jonhson & F. Jonhson, 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 de **Ventas por teléfono en inglés** enfatiza estrategias de comunicación que le permitirán al alumno potenciar habilidades telefónicas básicas en inglés y aplicar habilidades para proporcionar u obtener práctica dentro de una especialización integral de servicio al cliente en el área de ventas por teléfono. El desarrollo y/o práctica de las habilidades comunicativas requeridas en el intercambio telefónico se enfatiza por medio de la práctica de aspectos específicos de mercadeo, gestión y organización, los cuales son desarrollados mediante plataformas de informática y comunicaciones de los centros de atención telefónica conocidos como *call centers* en contextos profesionales de negocios, comercio y administración.

Dichos centros de atención, cuyo objetivo es establecer servicio vía telefónica, a través de criterios específicos para obtener y proporcionar información, se consideran como un punto de apoyo, en el cual los alumnos deberán utilizar los protocolos establecidos para la atención y el servicio telefónico enfocado a las ventas por teléfono en inglés; atendiendo así, los puntos de comunicación inherentes a la práctica telefónica y el uso del teléfono como una herramienta que les permita desarrollar intercambios específicos de llamadas con propósitos de ventas, manejo de problemas, así como uso de estrategias comunicativas y sociales para brindar atención y servicio a los clientes.

Las competencias enfatizadas en este módulo le permitirán realizar su desempeño en dos vertientes: la primera será bajo la aplicación de la información y las actitudes aprendidas a lo largo de su desarrollo previo tanto en la lengua inglesa, como en el adquirido por materias complementarias de su formación; dichas actitudes le permitirán no sólo ser un filtro de comunicación, sino un contacto receptor de mensajes y, en última instancia un apoyo para resolver el objetivo de la llamada. La segunda le permitirá fortalecer las competencias lingüísticas auditivas y orales en un contexto de comunicación específico, como parte de una especialización de servicio al cliente en inglés mediante ambientes y situaciones controladas similares a la realidad en la cual se emplee el teléfono como una herramienta profesional para intercambio de información.

Finalmente, por medio del desarrollo y aplicación de las estrategias comunicativas y sociales el alumno practicará manejar dificultades que pudieran surgir en el intercambio oral; permitiéndole así elegir alternativas y cursos de acción con base en juicios y valoraciones específicas de una empresa.

5. Orientaciones didácticas y estrategias de aprendizaje por unidad

Unidad I	Presentación de producto o servicio.
Orientaciones Didácticas	

Para el logro de las competencias establecidas en el módulo y de manera específica en esta unidad, se recomienda al docente lo siguiente:

- Guía la creación y práctica de guiones telefónicos con base en el siguiente esquema:
 - Frases hechas de saludo
 - Identifica la compañía a la que pertenece o a la que habla
 - Proporciona datos específicos como: nombre, departamento y puesto
 - Solicita datos específicos como: nombre y motivo de la llamada.
 - Proporciona o solicita información específica de algún producto o servicio
 - Frase hechas de atención y servicio con diferentes funciones como:
 - Sondeo con fines de venta
 - Promoción conforme posibles requerimientos
 - Clarificación y acuerdo
 - Frases hechas de despedida
- Fomenta la práctica de guiones creados para actividades de interacción oral, por medio del desarrollo de la venta simulada de algún producto o servicio del cual se haya realizado investigación previa en inglés.
- Guía la creación de frases hechas para interacción telefónica en el área de atención, servicio y ventas, en el esquema de inicio, desarrollo, conclusión y seguimiento de la llamada y fomenta su uso en las prácticas orales y/o escritas.
- Guía ejercicios fonéticos de pronunciación de acuerdo con patrones de pronunciación del AFI, Alfabeto Fonético Internacional (IPA, por sus siglas en inglés); el cual se puede encontrar en algún libro de fonética, en la parte de fonética en los diccionarios o en alguna de las siguientes páginas: <http://www.langsci.ucl.ac.uk/ipa/>, <http://www.omniglot.com/writing/ipa.htm> o <http://web.uvic.ca/ling/resources/ipa/charts/IPAlab/IPAlab.htm>

- Fomenta la práctica y repetición individual de vocales, diptongos y consonantes en inglés enfatizando los sonidos que no aparecen en la carta de sonidos del español.
- Fomenta la práctica de ejercicios fonéticos como actividad grupal o asignación individual los cuales se pueden obtener de algún libro de fonética o de alguna de las siguientes páginas: <http://www.englishmedialab.com/pronunciation/pronunciation%202.htm> o <http://www.english-4kids.com/phonicsheets.html>
- Guía la práctica de entonación del inglés para hablantes no nativos basado en cuatro aspectos de entonación: unidades de entonación, énfasis, tonalidad y modulación del tono de la voz; enfatizando la práctica de cada aspecto dentro de los ejercicios y actividades tanto orales como escritas como un aspecto esencial para una comunicación telefónica que provoque escucha activa en quien lo escuche. Los patrones de tonalidad estarán basados en lo establecido por Roach (1983), Cruttenden (1986) y Underhill (1994) para más información al respecto puede referirse a alguna de las siguientes páginas: <http://iteslj.org/Techniques/Celik-Intonation.html>, o <http://www.vocalrelease.com/pitchtone.html>.
- Guía desarrollo de tema de etiqueta telefónica, la cual se puede obtener de alguna de las siguientes páginas: http://www.essortment.com/all/telephoneetique_rbpa.htm, o <http://ezinearticles.com/?20--Business-Telephone-Etiquette-Tips&id=246471>, con base en el siguiente esquema:
 - Investigación del tema
 - Creación de resumen
 - Mapas mentales
 - Práctica evidente de uno a varios elementos en los guiones
- Fomenta el uso de una entonación clara, ritmo pausado y énfasis apropiado en prácticas orales como: juego de roles, práctica individual, actividad de repetición coral, entre otros.
- Fomenta la práctica simulada de llamada telefónica ubicando a los alumnos por parejas, espalda con espalda cuidando que no volteen de lado sino que ambas personas miren al frente.
- Promueve la práctica oral con juego de roles bajo la siguiente estructura:
 - Fomenta el uso de listado propio de frases utilizadas al hablar por teléfono.
 - Solicita que el alumno escriba las notas de una conversación telefónica que normalmente tendrían en español.
 - Permite que cada alumno escoja la pareja que desea le responda la llamada para la cual ha hecho sus notas.
 - Guía la dinámica sin contacto visual con alguna de las estrategias sugeridas.
 - Enfatiza la toma de notas de aspectos relevantes,
 - Fomenta el uso de la repetición en caso de falta de comprensión.
 - Guía la dinámica para que cada alumno adopte roles diferentes y que, dependiendo del rol y de acuerdo con el tema y el contexto actúen diferentes estados de ánimo como: enojo, impaciencia, prisa etc.
 - Ejercita el diálogo con la clase utilizando alguna de las siguientes técnicas:
 - Repetición coral del diálogo después del docente.

- Dividir la mitad del salón en la persona que responde y la otra mitad en la persona que habla y realizar repetición coral.
- Practicar el diálogo en parejas.
- Escribir el diálogo en el pizarrón y pedir que lo repitan individualmente, en coro o por parejas.
- Repartir el diálogo cortado en oraciones para que, por parejas, lo acomoden en el orden correcto
- Reparte tarjetas verdes que indiquen que la persona a la que le hablan está disponible
- Reparte tarjetas rojas para indicar que la persona a la que le hablan no está disponible por lo que se puede tomar o dejar el mensaje.
- Guía al alumno para la obtención de información a través de alguno de los siguientes puntos:
 - Predice el guión de la llamada telefónica con base en el contexto, la situación específica y la intención del hablante.
 - Toma notas mediante palabras clave
 - Discrimina la estructura de respuestas formales a recibir.
 - Busca señalizaciones lingüísticas o extralingüísticas que aporten significado al mensaje.
- Enfatiza la escucha activa ante la falta de apoyo visual.
- Enfatiza el trabajo colaborativo como parte del desarrollo de las actividades orales.
- Potencia el desarrollo de la siguiente competencia:
 - Brinda una formación de calidad y con equidad, en donde se promueva la participación plena de los sujetos en el mundo del trabajo, el estudio y la convivencia acompañando sus procesos de reconocimiento y adquisición de saberes y habilidades, procurando remover inequidades que se originan en visiones estereotipadas sobre el papel que juegan las distintas personas según su sexo, origen, situación social, conocimientos, etc.
- Potencia el desarrollo de las siguientes competencias transversales:
 - Expresa ideas y conceptos en situaciones cotidianas a fin de atenuar barreras de comunicación.
 - Identifica ideas clave de cualquier discurso oral breve a fin de expresar ideas y opinión propia e inferir conclusiones a partir de ellas.
 - Aplica distintas estrategias comunicativas como: discriminación, entonación, paráfrasis, autocorrección, acorde con el contexto y la situación comunicativa en la que se encuentre.

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> ● Practicar interacciones telefónicas basadas únicamente en guiones desarrollados previamente sin improvisación. ● Crear los guiones telefónicos siguiendo el esquema que se presenta a continuación: 	<ul style="list-style-type: none"> ● Frases hechas para hablar por teléfono. Disponibles en: http://esl.about.com/od/businessspeaking

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> - Saludo - Identificación de la compañía a la que pertenece o a la que habla - Proporcionar y solicitar datos específicos como: nombre, departamento, puesto, motivo de la llamada - Proporcionar o solicitar información específica de algún producto o servicio, del cual se hayan investigado características específicas como: precio, dimensiones, funciones, características, entre otros. - Acuerdos para cierre de ventas - Cierre de llamada <p>Para información sobre productos novedosos: http://www.gadgetfind.com/, http://www.gadgets-club.com/, http://www.coollest-gadgets.com/, http://gizmodo.com/</p> <p>Para información sobre los productos más vendidos: http://cnetv.cnet.com/8301-13415_53-10449438-11.html, http://www.estorefrontguide.com/best_selling_products.htm, o http://www.ncdc.noaa.gov/oa/mpp/freedata.html.</p> <p>Para ejemplos de servicios http://sbinfocanada.about.com/od/customerservice/a/custservrules.htm, http://www.changefactory.com.au/articles/customer-service/what-is-customer-service/, o http://www.bls.gov/oco/ocos280.htm.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear listado de frases hechas para la interacción telefónica de atención, servicio y ventas, tanto para la creación de guiones como para el intercambio oral que incluya inicio, desarrollo y cierre. Para frases hechas referirse a alguna de las siguientes páginas: http://esl.about.com/od/businessspeakingkills/a/t_vocab.htm, http://www.learn-english-today.com/business-english/telephone.html, o http://www.speakspeak.com/html/d2g_english_telephone_language_library.htm. • Investigar y realizar un cuadro de los sonidos del inglés de acuerdo con su punto y modo de articulación de acuerdo con lo establecido por el AFI o Alfabeto Fonético internacional, (IPA, por sus siglas en inglés). Para información referente a el AFI en inglés remitirse a alguna de las siguientes páginas: http://www.omniglot.com/writing/ipa.htm, http://www.antimoon.com/how/pronunc-soundsipa.htm, o 	<p>http://www.learn-english-today.com/business-english/telephone.html, o http://www.speakspeak.com/html/d2g_english_telephone_language_library.htm (01/12/12)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información sobre productos novedosos en inglés. Disponibles en: http://www.gadgetfind.com/, http://www.gadgets-club.com/, http://www.coollest-gadgets.com/, http://gizmodo.com/ (01/12/12) • Información sobre los productos más vendidos en inglés. Disponibles en: http://cnetv.cnet.com/8301-13415_53-10449438-11.html, http://www.estorefrontguide.com/best_selling_products.htm, http://www.ncdc.noaa.gov/oa/mpp/freedata.html (01/12/12) • Información sobre ejemplos de servicios en inglés. Disponibles en: http://sbinfocanada.about.com/od/customerservice/a/custservrules.htm, http://www.changefactory.com.au/articles/customer-service/what-is-customer-service/, o http://www.bls.gov/oco/ocos280.htm. (01/12/12)

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<p>http://www.voices.com/articles/languages-accents-and-dialects/international-phonetic-alphabet.html</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar, repetir y practicar la pronunciación de vocales, diptongos y consonantes, tomadas de algún libro de fonética o de cualquiera de las siguientes páginas: para audio de vocales http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/vowels/practice1.htm, para diptongos http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/diphthongs/practice2.htm, para consonantes: http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/consonants/practice3.htm • Realizar la actividad de esta guía no. 1 “Emplea frases hechas para ofertar productos o servicios” • Realizar la actividad de esta guía no. 2 “Expone información de venta de producto” • Realizar la actividad de esta guía no. 3 “Expresa sugerencias de venta” • Resolver la actividad de evaluación 1.1.1. • Realizar ejercicios de práctica de fonética inglesa enfatizando sonidos diferentes a los del español en contraste con inglés y sonidos que permitan una mayor fluidez. http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/interactive/vowelsoundsquiz.qzpp/index.html, http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/interactive/vowelsoundsquiz.qzpp/index.html, o http://www.englishmedialab.com/pronunciation/pronunciation%202.htm. • Ver alguno de los siguientes videos: http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/vowelvideos.html, http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/consonant1.html, o http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/consonant2.html, referentes a pronunciación de vocales y consonantes en inglés y realizar alguna de las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> – Realizar un listado de preguntas y respuestas basadas en el video – Diseñar una cartulina que explique brevemente en inglés lo explicado en el video para compartir la información con los compañeros – Realizar resumen de puntos clave – Desarrollar un mapa mental – Crear un cuadro explicativo de cada sonido • Realizar resumen de la información referente a los aspectos de entonación o referirse a alguna de las siguientes páginas: http://iteslj.org/Techniques/Celik-Intonation.html, o 	<ul style="list-style-type: none"> • Información del AFI, Alfabeto Fonético Internacional (IPA, por sus siglas en inglés) Disponible en: http://www.omniglot.com/writing/ipa.htm, http://www.antimoon.com/how/pronunc-soundsipa.htm, o http://www.voices.com/articles/languages-accents-and-dialects/international-phonetic-alphabet.html (01/12/12) • Pronunciación de vocales, diptongos y consonantes respectivamente. Disponibles en: http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/vowels/practice1.htm, http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/diphthongs/practice2.htm,: http://www.ompersonal.com.ar/omphonetics/consonants/practice3.htm (01/12/12) • Ejercicios de práctica de fonética. Disponibles en: http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/interactive/vowelsoundsquiz.qzpp/index.html, http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/interactive/vowelsoundsquiz.qzpp/index.html, o http://www.englishmedialab.com/pronunciation/pronunciation%202.htm (01/12/12) • Videos de fonética. Disponibles en:

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<p>http://www.vocalrelease.com/pitchtone.html.</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar ejercicios de práctica de entonación con alguno de los guiones creados en los cuales se enfatice lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Tema Respuesta Objeto o aspecto de cada una de las oraciones Poner la palabra en mayúsculas para marcar cual parte de la oración debe ser pronunciada con mayor énfasis y tonalidad, de la manera siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Good morning! How can I help you? = Good Morning? HOW can I HELP you? Good morning, I want to talk to the sales manager please = Good morning, I WANT to talk to the SALES MANAGER please. Investigar tema de etiqueta telefónica en alguna de las siguientes páginas: <p>http://www.buzzle.com/articles/telephone-etiquettes/, http://operationstech.about.com/od/businessstelephonesystems/tp/PhoneEtiquetteHUB.htm o http://operationstech.about.com/od/businessstelephonesystems/tp/PhoneEtiquetteHUB.htm y desarrollar alguna de las actividades listadas: <ul style="list-style-type: none"> Discutir oralmente en inglés los puntos importantes de la investigación realizada. Diseñar en un grupo de cuatro personas un folleto en inglés que contenga la información de qué hacer y qué no hacer en el teléfono Crear listado individual de lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer en el teléfono </p> Utilizar estrategias de práctica de uso de teléfono sin contacto visual a través de los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> Se ubica espalda con espalda de manera que sólo se escuche la voz de la pareja con la que se hará la práctica. Practica alguna tarea asignada utilizando el teléfono particular. Graba respuestas estándares y practica posteriormente con la grabadora parando y reproduciendo para simular una conversación telefónica, en caso de que la práctica sea individual. Realizar la actividad de esta guía no. 4 “Discrimina información y emite opinión” 	<p>http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/vowelvideos.html, http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/consonant1.html, o http://www.esltower.com/PRONUNCIATION/videos/consonant2.html, (01/12/12)</p> <ul style="list-style-type: none"> Información de entonación. Disponible en: http://iteslj.org/Techniques/Celik-Intonation.html, o http://www.vocalrelease.com/pitchtone.html. (01/12/12) Información sobre etiqueta telefónica. Disponible en: http://www.buzzle.com/articles/telephone-etiquettes/, http://operationstech.about.com/od/businessstelephonesystems/tp/PhoneEtiquetteHUB.htm o http://operationstech.about.com/od/businessstelephonesystems/tp/PhoneEtiquetteHUB.htm (01/12/12)

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la actividad de esta guía no. 5 “Extrae información relacionada con aspectos económicos” • Realizar el ejercicio de esta guía no. 6 “Parafrasea información relacionada con las ventas” • Realizar la actividad de esta guía no. 7 "Solicita y proporciona información de encuesta de opinión referente a satisfacción del cliente" • Realizar el ejercicio de esta guía no. 8 "Discrimina frases para cuestionar servicio y satisfacción al cliente" • Resolver la actividad de evaluación 1.2.1. 	

Unidad II	Comunicación telefónica activa.
Orientaciones Didácticas	

Para el logro de las competencias establecidas en el módulo y de manera específica en esta unidad, se recomienda al docente lo siguiente:

- Guía la creación y práctica de guiones telefónicos con base en el siguiente esquema:
 - Frases hechas de saludo
 - Identifica la compañía a la que pertenece o a la que habla
 - Proporciona datos específicos como: nombre, departamento y puesto
 - Solicita datos específicos como: nombre y motivo de la llamada.
 - Proporciona o solicita información específica de algún producto o servicio
 - Frase hechas de atención y servicio con diferentes funciones como:
 - Sondeo con fines de venta
 - Promoción conforme posibles requerimientos
 - Clarificación y acuerdo
 - Frases hechas de despedida

- Fomenta el uso de *Telephone manners* en el intercambio oral de actividades o ejercicios como: juego de roles, repetición de diálogos en voz alta, práctica de guiones creados, entre otros.
- Guía la práctica de actividades y ejercicios para adquirir fluidez utilizando alguna de las siguientes técnicas:
 - Utilizar movimientos corporales acompañados de la emisión oral
 - Técnica del soplo, donde cada vez que inicien a hablar deben exhalar e inhalar profundamente
 - Una palabra por cada aplauso marcando diferentes ritmos desde pausado hasta elevado.
 - Repitiendo lo que escucha al mismo tiempo tratando de seguir el ritmo, la entonación y el énfasis
- Fomenta la lectura de textos relacionados con call centers, etiqueta telefónica o ventas por teléfono en voz alta para practicar fluidez, entonación y ritmo utilizando las siguientes estrategias. Para textos auténticos de los temas referidos dirigirse a las siguientes páginas, <http://searchcrm.techtarget.com/definition/call-center>, <http://www.businessdictionary.com/definition/call-center.html>, http://sales.about.com/od/sellingonthephone/Selling_on_the_Phone.htm, <http://www.moneyinstructor.com/art/phoneselling.asp> o <http://www.worketiquette.co.uk/telephone-etiquette-at-work.html>:
 - Entonación alta al terminar las preguntas
 - Entonación baja al terminar las oraciones afirmativas
 - Énfasis al aplicar la negación
 - Lectura pausada de punto a punto con pausa en el intervalo
 - Lectura con ritmo, pausa, tonalidad y énfasis modelada por el docente para que el alumno repita al final de cada oración tratando de reproducir, de la forma más cercana posible como lo escuchó
 - Grabación individual de la lectura y evaluación entre compañeros
 - Uso de la técnica ver y recordar donde el alumno lee una pequeña oración en silencio tratando de darle énfasis, entonación y ritmo para después apartar su vista del texto y tratar de reproducir la oración como idea más que de memoria.
- Practica actividades orales considerando tres aspectos:
 - Mecánica de la lengua: la cual incluye el uso apropiado de las palabras, con orden adecuado y una correcta pronunciación
 - Funciones de transacción e interacción: conocer la claridad del mensaje de forma general y/o específica, dependiendo del tipo de ejercicio o práctica a desarrollar.
 - Normas telefónicas: desarrolladas dentro de los aspectos sociales de cambio de turno, cantidad de emisión oral en cada intercambio, tiempo de las pausas entre interacción e interacción, rol de cada participante. En este aspecto es importante enfatizar el quién, en qué circunstancias, acerca de qué y bajo qué motivos.
- Fomenta la práctica de actividades auditivas con ejercicios prácticos de manera individual; para ello puede utilizar cualquier texto oral, algún disco o MP3 o algún texto oral con ejercicio de alguna de las siguientes páginas: www.ello.org, <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/listen-and-watch> o <http://www.englishstudydirect.com/OSAC/langacls.htm>.
- Establece las reglas de cambio de turno para la organización de una conversación con base en las reglas establecidas por Sacks, Shegloff y Jefferson (1974), para información relativa al tema referirse a las siguientes páginas: <http://www.buzzle.com/articles/turn-taking-in-linguistics.html> o <http://www.teachingenglish.org.uk/knowledge-database/turn-taking> <http://www.pnas.org/content/106/26/10587.short> bajo los siguientes principios:
 - Ceder la palabra

- Utilizar frases para pedir la palabra
- Uso de tonalidad que suba o baje.
- Marcadores explícitos que requieran una respuesta como:
 - o Cláusulas: *If that's old enough I bet you wouldn't like it!*
 - o Sugerencias: *Shall I open the window as it's too hot.*
 - o Solicitud: *Could you please pass me the salt?*
 - o Pregunta directa: *What do you think?*
- Uso de pausas al final de la oración para indicar finalización de idea y de la palabra
- Fomenta la práctica libre antes de finalizar la clase con el fin de obtener retroalimentación de los compañeros o autoevaluar su desempeño oral y/o auditivo ante el intercambio telefónico.
- Guía la creación de glosario de términos de *call centers* específico bajo el formato de tabla cuya primera columna es el término en inglés, la segunda la definición en inglés y la tercera la traducción o explicación del término en las palabras del alumno. Para páginas con glosario de términos ver: <http://www.callcenterkit.com/Articles/CallCenterGlossary.htm>, <http://www.callcentrevoice.com/glossary.asp> o <http://www.contactcenterworld.com/glossary.aspx>.
- Potencia el desarrollo de las siguientes competencias transversales:
 - Aplica estrategias orales y auditivas para la emisión y comprensión de un mensaje telefónico con objetivos de venta.
 - Se comunica en situaciones cotidianas empleando el teléfono como herramienta de comunicación.
 - Utiliza tecnologías de la información y comunicación dentro de contextos específicos del *call center*.
 - Se comunica en una segunda lengua empleando protocolos establecidos de llamadas con propósitos de ventas.
 - Privilegia el diálogo para solucionar posibles situaciones de conflicto entre empresa-cliente ante la inconformidad de un producto o servicio ofertado.

Estrategias de Aprendizaje	Recursos Académicos
<ul style="list-style-type: none"> • Practicar ejercicios orales enfatizando el uso de <i>telephone manners</i> siguientes, para información sobre el tema referirse a alguna de las páginas señaladas http://www.ehow.com/how_2092796_exercise-good-phone-manners.html http://www.mannersinternational.com/etiquette_tips_telephone.asp <ul style="list-style-type: none"> - Practicar la escucha activa minimizando la emisión oral - Hablar claramente y articular las palabras. - Buscar recibir y/o realizar llamadas telefónicas en áreas donde no exista ruido ni distracciones. - Establecer el tiempo de la llamada y verificar que sea una buena hora para hablar, en caso contrario devolver la llamada y/o llamar a hora acordada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre <i>Telephone manners</i>. Disponible en: http://www.ehow.com/how_2092796_exercise-good-phone-manners.html http://www.mannersinternational.com/etiquette_tips_telephone.asp (01/12/12) • Videos sobre <i>Telephone manners</i>. Disponibles en:

<ul style="list-style-type: none">– Ofrecer tomar mensajes– Ser amable– Terminar la conversación con un comentario agradable o agradeciendo a la persona el tiempo tomado para recibir la llamada.• Ver videos sobre <i>Telephone manners</i>, los cuales se encuentran disponibles en: http://www.ehow.com/video_2200694_telephone-manners-business-etiquette-.html, http://www.youtube.com/watch?v=dPzUf_0gt0A, o http://www1.teachertube.com/viewVideo.php?title=Respect Telephone Manners&video_id=64082&vpkey=, y realizar alguna de las siguientes:<ul style="list-style-type: none">– Crear listado de las <i>Telephone manners</i> propuestas.– Insertar apartados específicos en guiones creados donde se practique el tema– Crear cuadro de contraste de información entre <i>Telephone manners</i> y Etiqueta telefónica dividido en similitudes y diferencias– Crear listado de vocabulario clave a emplear con el cliente– Crear frases completas utilizando la guía y el léxico proporcionado en el video• Practicar la escucha activa por medio de la lectura en voz alta por parte de algún compañero, ejercicios de práctica de algún libro o en la página www.ello.org.• Realizar la actividad de esta guía no. 9 “Emplea léxico de términos específicos”• Realizar la actividad de esta guía no. 10 “Expone políticas de ventas”• Realizar la actividad de esta guía no. 11 “Extrae información relacionada con aspectos monetarios”• Realizar la actividad de esta guía no. 12 "Identifica e intercambia información referente al trato telefónico al cliente"• Resolver la actividad de evaluación 2.1.1.• Realizar listado con palabras y frases útiles para el intercambio oral de las prácticas, ejercicios, lecturas o actividades desarrolladas en el módulo.• Realizar la siguiente actividad en parejas:<ul style="list-style-type: none">– Utilizar un celular real o de juguete– Sólo uno de los participantes “hablará” por teléfono– Basar la llamada simulada en un guión previo– Pretender realizar la llamada– El estudiante que escucha a su compañero que está “hablando” por teléfono deberá adivinar	<p>http://www.ehow.com/video_2200694_telephone-manners-business-etiquette-.html, http://www.youtube.com/watch?v=dPzUf_0gt0A, http://www1.teachertube.com/viewVideo.php?title=Respect Telephone Manners&video_id=64082&vpkey= (01/12/12)</p> <ul style="list-style-type: none">• Actividades auditivas. Disponibles en: www.ello.org (01/12/12)• Glosario de términos empleados en los call centers. Disponibles en: http://whatis.techtarget.com/definition/0,,sid9_gci1188654,00.html, http://www.callcenterkit.com/Articles/CallCenterGlossary.htm, http://www.callcentrevoice.com/glossary.asp o http://www.mullinsmediagroup.com/CallCenterGlossary.pdf, (01/12/12)
---	--

a quién le hablan y establecer el motivo de la llamada.

- Diseñar un diálogo de atención telefónica a cliente molesto en grupo de cuatro personas, bajo el siguiente esquema:
 - Uso de frases hechas
 - Ilustraciones para representar el diálogo
 - Tipo tira cómica
 - Práctica de elementos establecidos de guión.
- Crear un glosario de términos utilizados en los *call centers* a extraer de los textos leídos o de investigación al respecto en alguna de las siguientes páginas, http://whatis.techtarget.com/definition/0,,sid9_gci1188654,00.html, <http://www.callcenterkit.com/Articles/CallCenterGlossary.htm>, <http://www.callcentrevoice.com/glossary.asp> o <http://www.mullinsmediagroup.com/CallCenterGlossary.pdf>, utilizando el formato de glosario de tabla siguiente:

English term	English definition	Spanish translation or explanation
ACD	Automatic Call Distribution	Distribución automática de la llamada
Agent	A general term for someone who handles telephone calls in a call center	Agente u Operador es quien recibe las llamadas en el <i>call center</i>

- Realizar práctica simulada de llamada con solicitud de cotización de producto, el cual deberá tener los lineamientos de siga lo establecido previamente para la creación de guiones, así como la información siguiente:
 - Información general sobre características físicas y técnicas del producto
 - Información de servicio técnico
 - Información de costo
 - Condiciones de entrega
 - Información sobre condiciones de pago

<ul style="list-style-type: none">- Pedido• Crear guiones para práctica escrita que contengan los lineamientos previamente establecidos así como situaciones donde existan objeciones, aclaración de dudas o defectos del producto o servicio.• Realizar el ejercicio de esta guía no. 13 “Emplea léxico técnico relacionado con políticas de ventas”• Realizar el ejercicio de esta guía no. 14 “Complementa idea con léxico específico”• Realizar la actividad de esta guía no. 15 "Interactúa oralmente empleando lineamientos establecidos de atención y servicio telefónico"• Resolver la actividad de evaluación 2.2.1. considerando el material incluido en el apartado 9 “Materiales para el desarrollo de actividades de evaluación, como actividad de autoevaluación”.	
--	--

**6. Prácticas/Ejercicios
/Problemas/Actividades**

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.		
Actividad núm. 1:	Emplea frases hechas para ofertar productos o servicios.		

WOULD YOU LIKE...?

INSTRUCTIONS:

- + Write a dialogue following the guideline below
 - Use all the phrases from the box below
 - Create two characters: the customer service agent and the customer
 - Create the script offering a new product

- ✓ I'm calling from...
- ✓ To help you with the problem of ... we can...
- ✓ So it sound like you need...
- ✓ We recommend...
- ✓ I'm sorry to have kept you waiting...
- ✓ Would you mind if I call again in the...?
- ✓ Well, thank you for your time.

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.		
Actividad núm. 2:	Expone información de venta de producto.		

DO YOU KNOW THIS PRODUCT?

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs
- + Discuss the following:
 - o What do you think publicity is?
 - o What is the objective of publicity?
 - o Which do you think is best to contact clients and why? Telephone, newspaper ads, direct mail, TV ads, website ads, e-mail ads
 - o How can you offer a product in each of the previous mediums?
- + Read the information below and develop the instructions below the text

Steps for advertising a product.

Advertising your product or service through print is one of the most powerful methods of promotion. However, all too often we end up wasting our efforts and resources on ineffective advertising. Since more than 3000 advertising messages bombard us each day, you can use these simple steps to increase your advertising's effectiveness and reach through all the clutter.

Get Attention: The purpose of your headline or visual should be to get the reader's attention immediately. Depending on the product or service you are promoting, there are many headline types to choose from ranging from direct (Buy Now and Save!) to Testimonials ("I never thought it was so easy!"), and several in-between.

Stimulate Interest: Once your headline has stopped the reader in their tracks, the next goal of your ad should be to propel them deeper into the ad itself through relevant content or an interesting message. You've got their attention, now it's the ad's job to keep it. If you ensure that your ad messages are targeted and focused, your ad's likelihood of success is greater.

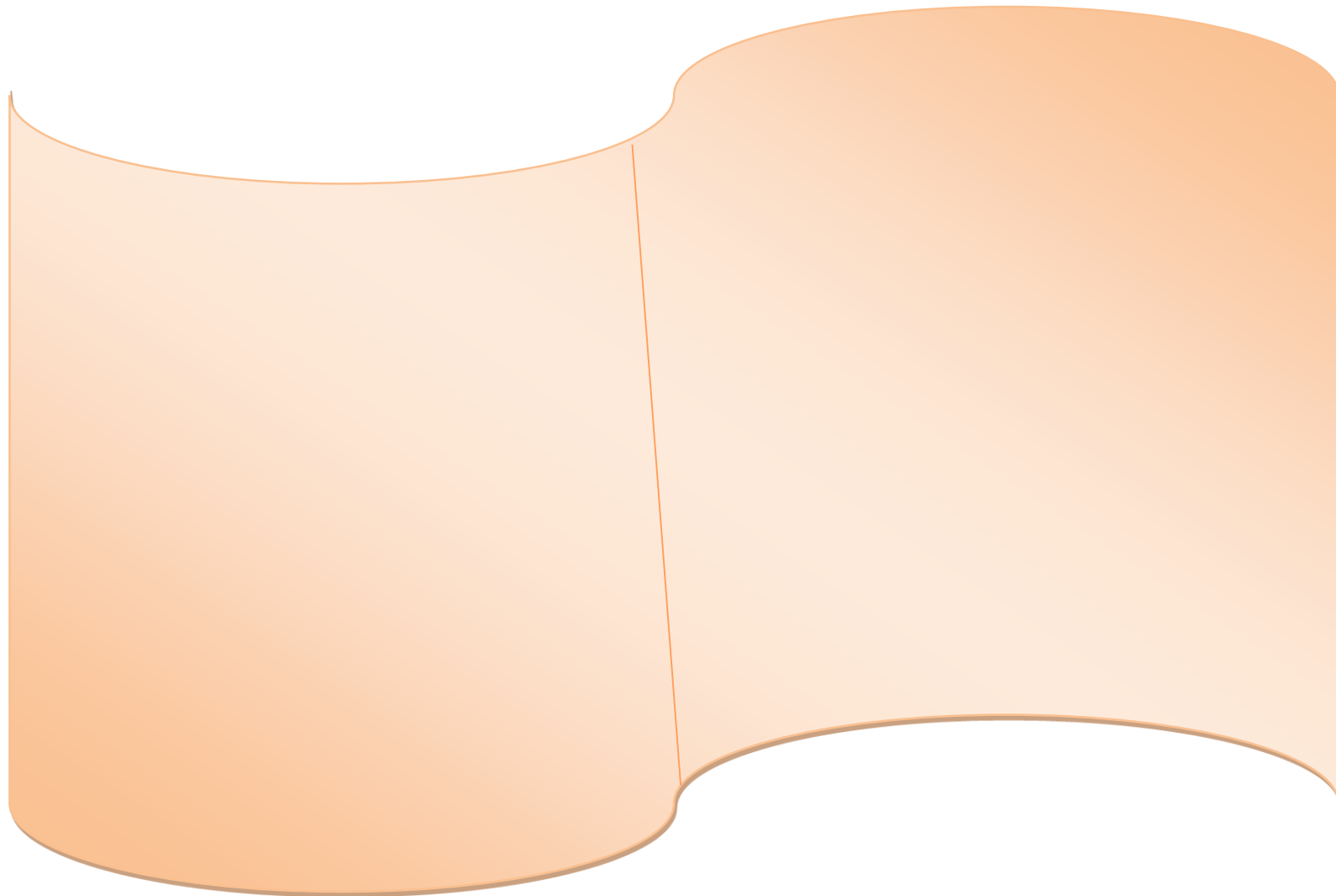
Stimulate Desire: It's at this point in the ad that you convert the reader's interest into desire or demand for your product or service. Connecting to the reader's desire for achievement, acquisition or affinity with tangible benefits will increase your ad's potential for a sale.

Call to Action: It is amazing how often we forget to close the sale in our advertising. Make sure you not only provide a means for the reader to contact you or purchase your product or service, but tell them to do it! Don't be afraid of telling the reader exactly what it is you want them to do.

Article taken from hub pages web for educative purposes

- ✚ Summarize and explain, in your own words, how you can advertise effectively any product.

- ✚ Design a brochure to advertise a product, follow the previous ideas and include:
 - Price
 - Advantages
 - Reasons to buy



Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.		
Actividad núm. 3:	Expresa sugerencias de venta.		

I CAN OFFER YOU...

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs
- + Take the brochure you developed in activity number 2.
- + Divide the role as follows:
 - Student A: you're a call center agent or operator.
 - Create a dialogue to sell the product of the brochure
 - Follow the stated guideline for sales for telephone
 - Try to persuade the client to acquire your product
 - Student b: you're a business man pretty busy
 - Receive the call from someone trying to sell you something
 - You are going to stay on line only if the person and the product convince you too
 - Use some of the useful phrases below

Student A:

- Frases hechas de saludo
- Identifica la compañía a la que pertenece o a la que habla
- Proporciona datos específicos como: nombre, departamento y puesto
- Frase hechas de atención y servicio con diferentes funciones como:
 - - o Sondeo con fines de venta
 - o Promoción conforme posibles requerimientos
 - o Clarificación y acuerdo
- Frases hechas de despedida

Student B:

- ✓ Hello this is...
- ✓ How can I help you?
- ✓ What company did you...?
- ✓ I'm sorry but...
- ✓ That sound good; however...
- ✓ Can you...
- ✓ I want...
- ✓ I need...
- ✓ Could you possibly...
- ✓ You're welcome

Nombre del Alumno:	<input type="text"/>	Grupo:	<input type="text"/>
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.		
Actividad núm. 4:	Discrimina información y emite opinión.		

GIVE ME SOME TIPS!

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs
- + Take turns reading the following tips at loud. Pay attention to tone, stress, rhythm and intonation.
- + Synthesize orally what the tips are about
- + State an opinion about each of them
- + Chose the one you both consider is the best, and explain why.

Top Tips For Implementing A Call Center Quality Monitoring Solution

1) Write a clear outline of the reasons behind bringing a call recording system into your call center's work flow:

- Benefits to agents
- Benefits to customers
- Benefits to company

It's always good to start with an outline before rolling out something new. It's like using a recipe before you cook. Not sure if that's the best comparison, but you get the picture. Your outline is your blueprint for success.

2) Introduce the concept of quality monitoring well in advance and initiate tasks to empower agents to participate in the process

- The purpose of call quality monitoring is not to catch employees slacking off, but to help improve customer service and meet overall performance metrics.
- Employees can help define the quality assurance metrics and play a significant role in continuous performance improvement.

Always use the word "we" when addressing your employees. Make sure they know that you're on the same side and that this implementation will benefit everyone in the company – you aren't trying to catch someone playing

solitaire or visiting illicit web sites.

3) Reiterate company customer service goals

- Customers are the ones who actually pay salaries and wages
- It is often much easier to retain customers than get new ones
- Treat all co-workers as customers and good habits will form

This should hardly be done only for purposes of the call monitoring implementation, but should be reiterated often. The most successful companies in the world are the ones with the strongest customer service beliefs, unless of course, you count organized crime.

4) Create a "team" atmosphere for your agents

- Set up a team recognition and rewards program
- Highlight stellar service examples via internal emails and newsletter articles/photos

Sub-teams should be formed to make task management easier.

Is it any wonder why basketball teams full of confident role players (2003-2004 Detroit Pistons) always overachieve while collections of individuals seem to fail (2005-2006 New York Knicks)?

5) Make sure the Telephony and IT sub-teams know their roles and responsibilities in carrying out their end of the plan

- All part of the same larger team along with the agents, managers and supervisors

Text taken from: Contact Center World, www.contactcenterworld.com

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.		
Actividad núm. 5:	Extrae información relacionada con aspectos económicos.		

LOOKING AT THE NUMBERS!

INSTRUCTIONS:

- + Gather in trios
- + Divide as follows:
 - o Student A: you are going to read three times at loud the following dialogues to your classmates. DON'T show the text to them. After you have finished reading they can ask questions about missing information of spelling of a word, the reading must be done without stopping and remember to answer the questions in English.
 - o Student B and C: you are going to write down the numbers they mention and what they refer to, while your classmate is reading. DON'T interrupt him, after he has read for the third time you can ask some questions about how to spell a word or any missing information; remember to ask in English.

Dialogue 1. ONLY Student A

A: I would like to offer you one new device for brushing your hair. It comes with a set of 7 accessories.

B: I would like to evaluate the product first; so I could order at least 5 for my studio.

A: sure we can send you two packages, one with the product and the second one with brochures. You would have to pay only \$ 150.00 when delivering.

B: If I don't want it, can I have a refund?

A: Only 20% less, so you would receive 80 % of your money back.

Dialogue 2. ONLY Student A

A: Hi mi name is Marcus. I'm client number 1234

B: Yes, Mr. Ramirez, How can I help you?

A: I need two boxes with 10 sets each of the product you sent me my last request.

B: Could I have the number of your order?

A: Sure: 78435

B: It would be 20 sets divided in two, right?

A: that's right!

B: It would be a total of \$6.789.00 plus taxes

A: I have a 20% off coupon discount.

B: Ok so, it would be \$ 5.4312 plus taxes

A: Ok send them to Maryline Ave. 345 at 18:00 , thanks.

Student C	
Number	What does it refer to?

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.		
Ejercicio núm. 6:	Parafrasea información relacionada con las ventas.		

SEND YOU THE PRICES IN THE QUOTATION.

INSTRUCTIONS:

- ✚ Read the terms below
- ✚ Explain in English, using your own words, what the terms refer to.

Cancellation of Order: Since an accepted purchase order is a contract, the cancellation of such an order is the breaking of an agreement and legally cannot, and ethically should not be done without justifiable cause. If a need for cancellation occurs because of changed conditions, it can be canceled only with the agreement of the vendor. The situation will be complicated by any expenditures the vendor may have made in advance of cancellation. If the vendor has incurred these expenses in good faith, some adjustment may be in order for any non-recoverable expenses. Requests for cancellation of the order should be in writing by an officially designated individual, stating the reason for the request for cancellation and referring to the purchase order number and vendor's name and address.

Change Order: It is occasionally necessary to make changes in the original order. For example: changes in quantity, specifications, price, substitute products or any number of other corrections that might occur because of changing plans or Because change orders alter an existing contract, they can be issued only with the agreement and consent of the vendor. Normally changes can be made without penalty, but since changes do require the vendor's agreement, they may result in additional charges.

Damages and Shortages In cases of damage or shortage of shipment, telephone client immediately including the following details: purchase order number, date, vendor, extent of damage or shortage. It also should be submitted via receiving report. Failure to comply with these regulations could result in disapproval of the claim.

Errors in Bids or Quotations Vendors are responsible for the accuracy of their quoted prices. In the event of a discrepancy between a unit price and its extension, the unit price will govern. Quotations may be amended or withdrawn by the vendor prior to the quotation opening date and time.

Purchase Order A purchase order is generated from a requisition. Copies of the purchase order are sent to the vendor and the appropriate department.

Cash invoice or payment terms: A sales invoice that is required to be paid immediately i.e. without a credit period.

Credit period: The amount of time granted to the buyer by the seller before which the buyer must pay the sellers invoice e.g. 30 days net, 60 days net.

Invoice: An invoice is a document detailing the payment required (or in the case of cash or pro-forma invoices already made) in respect of goods or services provided.

Letter of credit: Letters of credit are financial instruments, issued by a bank, that undertake to pay a fixed sum to a seller on production of specified documentation. They can be arranged as part of a Trade Finance facility

Proforma invoice: A sales invoice raised in respect of the supply of goods or services that is required to be paid on cash terms.

Trade finance: Trade Finance refers to a set of financial products that can assist fund the import and export of goods. This can include setting up letters of credit and dealing with documentation and bills of exchange.

Service charge: Service charge is one aspect of the fees levied by a factor or discounter in respect of the service provided. Normally expressed as a percentage of the clients sales turnover although in some cases it can be a fixed fee.

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.		
Actividad núm. 7:	Solicita y proporciona información de encuesta de opinión referente a satisfacción del cliente.		

ARE YOU SATISFIED??

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs.
- + You are going to role play to ask and answer questions for customer's satisfaction, follow the steps:
 - o Decide the name of the company.
 - o Read the questions below and ANSWER the blank spaces with the information related to the company you decided.
 - o First, one of you will be the call center associate and the other the customer; then, change roles.

CUSTOMER'S SATISFACTION POLL	
How long have you used our products/service?	Less than 6 months • 1 year to less than 3 years • 3 years to less than 5 years • 5 years or more •
Which of our products/services do you use?	

How frequently do you purchase from us?

- Every day
- Every week
- Every 2 - 3 weeks
- Every month
- Every 2 - 3 months
- Every 4 - 6 months
- Once or twice a year

How would you rate your overall satisfaction with us?

- Very satisfied
- Somewhat satisfied
- Neutral
- Somewhat dissatisfied
- Very dissatisfied

How likely is it that you would recommend us to a friend/colleague?

- Very likely
- Somewhat likely
- Neutral

Please rate us on the following attributes:

- Somewhat unlikely
- Very unlikely
- Customer service
- Professionalism
- Quality of products/services
- Customers' needs
- Sales staff
- Price

How likely are you to continue doing business with us?

- Very likely
- Somewhat likely
- Neutral
- Somewhat unlikely
- Very unlikely

Do you have any suggestions for improving our products/services?

Please indicate your gender.

Which range includes your age?

- Younger than 18
- 18 - 24

- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 65 or older
- Prefer not to answer

Guideline to develop taken from :http://www.constantcontact.com/aka/docs/pdf/survey_sample_qa_tips.pdf for educative purposes (01/12/12)

Nombre del Alumno:	<input type="text"/>	Grupo:	<input type="text"/>
Unidad de Aprendizaje 1:	Presentación de producto o servicio.		
Resultado de Aprendizaje:	Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.		
Ejercicio núm. 8:	Discrimina frases para cuestionar servicio y satisfacción al cliente.		

COULD YOU ANSWER SOME QUESTIONS?

INSTRUCTIONS:

- ✚ Arrange the questions below according to the category you think they belong to. Just write the number!
- ✚ Check with your classmate and ask for the help of the teacher if you have any doubt.

Customer Support / Service Call Follow-up



Service Delivered Follow-Up



Service Cancellation Follow-Up




1. Do you have any suggestions for improvement?
2. Do you have any suggestions for improvement?
3. How long did it take for customer support to resolve your problem?
4. How long did you have to wait on the telephone before the customer support representative was available?
5. How long did you use our service before you cancelled it?
6. How many times did you contact customer support before your problem was resolved?
7. How satisfied are you overall with our customer support?
8. How satisfied were you with how the support staff resolved your most recent problem?
9. If you switched to another service provider, please indicate your reasons for doing so
10. If your problem was not resolved, did our staff offer to follow-up after the call?
11. Please indicate your level of satisfaction of our service.
12. Why did you cancel our service?



Nombre del Alumno:	<input type="text"/>	Grupo:	<input type="text"/>
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.		
Actividad núm. 9:	Emplea léxico de términos específicos		

THAT'S AN ACD!

INSTRUCTIONS:

-  Gather in trios
-  Match the definitions from column A with the acronyms from column B
-  Explain, in your own words, or translate the meaning of the term

1. Audio Response Unit	()	MAN
2. Caller Entered Digits	()	ITS
3. Numbering Plan Area	()	ATA
4. Dialed Number Identification Service	()	NPA
5. Metropolitan Area Network	()	CED
6. Issue Tracking System	()	EPSS

7. Agent Performance Analytics	()	ARU
8. Customer Relationship Management	()	CRM
9. Average Time to Abandonment	()	ECM
10. Customer Controlled Routing	()	DNIS
11. Grade of Service	()	CPE
12. Electronic Performance Support Systems	()	GOS
13. Customer Premises Equipment	()	CLI
14. Calling Line Identity	()	APA
15. Enterprise Campaign Management	()	CCR

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.		
Actividad núm. 10:	Expone políticas de ventas.		

THESE ARE THE COMPANY'S POLICIES!

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs
- + Read the following policies and develop the following:
 - o Summarize, in your own words, each of the policies
 - o Imagine you're a customer and a call center agent or operator
 - o Student A ask a question
 - o Student B answer the question based on the information of the text

Student A: POLICIES FOR XXX COMPANY

Please review these policies carefully as they are the terms of sale that govern your purchases at the XXXX company.

- U.S. Sales Only
- Sales to End Users Only
- Proof of Purchase: the company will send you a confirmation of your order via email, If you have not included an email address, you will receive a confirmation of your order by regular mail when your order is shipped.
- Payment Methods: Credit, Debit, and Check Cards, pre-approval from the card company for the amount of the order, which may result in a corresponding block on your available credit while the pre-approval remains in place.
- Gift Card: can be used only in the United States. With an XXXX Gift Card, you can purchase just about anything sold by the company
- Cashier's Check or Money Order: accepted as valid forms of payment. Personal or business checks are not accepted.
- Wire Transfer: accepted as valid form of payment
- Shipping Options:
 - Standard Shipping: This option is free on all qualifying products.
 - 2-Day Shipping: For an additional charge,
 - 2-3 Day International Shipping: For an additional charge
- Order Processing: The estimated shipment date on your order is based on product availability, payment processing time, and warehouse processing time and does not include transit time.
- Prices: Your total order price will include the price of the product on the day of shipping plus any applicable sales tax and shipping charges.
- Product Warranty: All products, including clearance and refurbished products, carry a one-year Limited Warranty against defects in materials and workmanship.

Text taken from: Apple store policies web page for educative purposes.

Student B

1. Can I buy your product? I live in Monterrey
2. Can a friend of mine buy the product for me?
3. If I buy the product from my house in California how do I receive my purchase confirmation?
4. How can I pay?
5. I want to buy a Gift Card for my grandma who lives in Canada, is that possible?
6. Can I pay with check?
7. What shipping options can you offer me?
8. What's the time of the order processing?
9. Do I have to pay extra for taxes?
10. What warranty do you offer?

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.		
Actividad núm. 11:	Extrae información relacionada con aspectos monetarios.		

PRICES.

INSTRUCTIONS:

- ✚ Gather in trios
- ✚ Answer the following questions based in the text below. After answering develop the instructions below the questions.

Price determination for many consumer products is often a function of the cost of production and a desired level of mark-up. Price determination by this desired level of mark-up is often referred to as cost-plus pricing, mark-up pricing or full-cost pricing (1). There are several "rules-of-thumb" related to mark-up pricing. For example, some retailers who sell to consumers may expect to price items at 20 to 100% above their cost. There is, however, a fine line between the desired mark-up, cost of production and the price that the market will bear. All of these elements must be carefully understood and respected. For instance, the price the market will bear is actually a function of demand. For example, a 20% mark-up may yield a selling price that is less than what the market will support. Luxury goods and niche products often command a premium which exceed the set mark-up. That is why cost of production, desired mark-up and market demand should all be evaluated when establishing a product's selling price. To determine a product's selling price using the mark-up method, the total cost of producing a product on a per unit basis must be known. Total cost should include all of the costs incurred in getting the product to the point of sale. This would include but is not limited to input costs, labor, overhead costs, transportation costs, warehousing costs, distribution costs and marketing costs. The formula for determining a product's selling price using a desired mark-up percent is:

Selling Price = Total Cost x (1 + Mark-Up Percent)

Selling Price = \$2.00 x (1 + 0.27)

Selling Price = \$2.00 x (1.27)

Selling Price = \$2.54

Therefore, if you want a mark-up of 27% (a profit equal to 27% of total cost) the selling price must be set at \$2.54. *Mark-up percent is the proportion of total cost represented by profit.* In some instances, the selling price may be set based on the comparison of the cost of production with the price that the market will bear. For example, if cost of production is \$2.00 per unit and the market appears to support a selling price of \$2.60, the selling price may be set around \$2.54. These numbers can be used to determine the mark-up percent. In this scenario, the formula for the mark-up percent is:

Mark-up Percent = (Selling Price - Total Cost) ÷ Total Cost

Mark-up Percent = (\$2.54 - \$2.00) ÷ \$2.00

Mark-up Percent = \$0.54 ÷ \$2.00

Mark-up Percent = 27%

The notion of mark-up pricing should not be confused with profit margins and gross margins. The profit margin is the dollar value difference in the selling price and total cost. Therefore, the profit margin in the previous example is (\$2.54 - \$2.00) \$0.54 per unit. Consequently, while the gross margin is usually thought of as revenue minus the cost of goods sold, the gross margin percent is the percent of the selling price accounted for by the profit margin. Gross margin percent is calculated as the profit margin (difference in the selling price of \$2.54 and the total cost of \$2.00) divided by the selling price. The formula for gross margin percent is:

Gross Margin Percent = (Selling Price - Total Cost) ÷ Selling Price

Gross Margin Percent = (\$2.54 - \$2.00) ÷ \$2.54

Gross Margin Percent = \$0.54 ÷ \$2.54

Gross Margin Percent = 21%

If a desired level of gross margin is known, the formula for gross margin can be modified to calculate the selling price. Using a desired gross margin percent, the formula for calculating the selling price is:

Selling Price = Total Cost ÷ (1 - Gross Margin)

Selling Price = \$2.00 ÷ (1 - .21)

Selling Price = $\$2.00 \div \0.79

Selling Price = \$2.54

It is clear that the gross margin of 21% is different than the mark-up calculated earlier (27%), although both examples used a selling price of \$2.54 and a total cost of \$2.00. Mark-up and gross margins are often used in calculating and evaluating selling prices. However, they should not be used interchangeably for they are defined and calculated differently.

RULES -OF RULES -OF-THUMB

- * Mark-up Percent is the percent of Total Cost that is Profit
- * Gross Margin Percent is the percent of the Selling Price that is Profit
- * Profit Margin is the difference in Selling Price and Total Cost

Text taken from Selling Price, Gross Margin & Mark-Up Determination article from Agricultural Development Center web page, for educative purposes

1. What are the rules-of-thumb?

2. What do you use the rules-of-thumb for?

3. What's the price the market will bear?

4. What do Luxury goods and niche products often command?

5. What's the total cost?

6. Explain the formulae for determining the product selling price

7. In comparison to what should the price be set?

8. What are profit margins?

9. What are gross margins?

10. Explain the formulae for one of the previous margins?

✚ Create a role play with the following characteristics:

- Student A: Client who wants to know the price and policies (see activity 8) for a vacation package offered by phone some weeks ago
- Student B: Secretary, receive the call and take valuable information as name, address, e-mail, telephone number, among some others, and transfer the call to the sales department.
- Student C: offer a discount from the \$ 7,890. Given price, but with a 15% margin profit at least as the real cost is \$4,500.

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.		
Actividad núm. 12:	Identifica e intercambia información referente al trato telefónico al cliente.		

PRICES.

INSTRUCTIONS:

- ✚ Gather in trios
- ✚ Cut the cards below and match the pairs.(Q= question, A= answer)
- ✚ When you match a pair explain to your classmates why that is a pair and how you have to behave with the customer.



A. When answering the phone at your desk say..."Hello, this is Mr. Smith" Do not say phrases such as "Mr. Smith here!" or simply "Hello".	Q. What is the polite way to leave a voice mail message?	A. Always use discretion when using a cellular phone in a social environment; refrain from placing cell phone calls and only answer cellular calls after excusing yourself from the immediate area.	Q. Are speakerphones rude?
Q. What is the proper way to answer the phone?	A. Repeat your name and telephone number twice when leaving a voice mail message	Q. Is it rude to use your cell phone in a social environment?	A. When using CALLER ID, avoid greeting a caller by using his name before he says "Hello" and identifies himself.
A. All telephone calls should be promptly returned, regardless of who initiated the original phone call.	Q. Is it necessary to apologize for not immediately returning a phone call that had been originally initiated by yourself?	A. No, simply ask permission before putting a person on the telephone's speakerphone. Phone etiquette telephone etiquette telephone manners phone manners	Q. What is the proper etiquette when using CALLER ID?

A. When there is poor telephone connection or when you are disconnected, the individual who originated/initiated the call is responsible for calling back the other party.	Q. Who calls back when disconnected on the telephone?	A. No, it is appropriate to call someone back only when he or she requests a call back and leaves their return phone number.	Q. If you have received a phone call from someone whose number you did not have originally, but it was captured on Caller ID (no message was left on your voice mail) is it inappropriate to call the person back?
A. If you are answering the telephone at a business, it is polite to state the company's name in your greeting.	Q. When receiving a telephone call at work, should you say the name of the company?	A. If you have a home-based business...Install a second line for business-use only and have an automatic answering system that picks up automatically if you are on the other line. Therefore, eliminating busy signals and portraying a professional image to your clients.	Q. What is the best way to utilize a home-office (SOHO) telephone system?

Information taken from: http://www.mannersinternational.com/etiquette_tips_telephone.asp, for academic purposes. (01/12/12)

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas.		
Ejercicio núm. 13:	Emplea léxico técnico relacionado con políticas de ventas.		

PRICING DEFINITIONS

INSTRUCTIONS:

- ✚ Match column A with its translation in column B, a is an example.

a. Figure, amount	()	Cajero automático
b. Essential goods	()	A precio rebajado
c. Remittances	()	Caja chica
d. Earnings, profits	()	Amortizaciones de crédito
e. Bank statement	()	Giros
f. Cash-points (Bri), automatic teller	(a)	Cantidad
g. Machine (ATM		
h. Ruling prices	()	Artículos de primera necesidad
i. Cut-price	()	A plazo
j. Debt	()	Precio neto
k. Repayment of debt	()	Al por menor
l. Creditor	()	Ganancias
m. Assets	()	Estado de cuenta
n. Net price	()	Acreedor
o. At a tenor	()	Precios vigentes
p. Receivables	()	Cuentas por cobrar
q. Petit cash	()	Bancos autorizados
r. To quote	()	Deuda
s. Quotation	()	Cotización
t. Chartered banks	()	Cotizar
u. Consumable	()	Artículo de consumo
v. Retail	()	Cobertura
w. Hedge	()	Activos

Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas.		
Ejercicio núm. 14:	Complementa idea con léxico específico.		

WHAT'S CRM?

INSTRUCTIONS:

- ✚ Read the text below complete.
- ✚ Think about the best title and write it down
- ✚ Complete the gaps with words from the box

Customer Relationship Management, abbreviated "CRM," is the term for a business strategy that is designed to improve customer service. CRM is also designed to increase _____ satisfaction and gain new customers, thus increasing a business' revenue. CRM is a term that can be applied to software and an entire _____strategy.

How Does CRM Work?

Essentially, CRM works by gathering information about customers and analyzing the information collected. An example of this would be supermarket discount cards (I.E. Kroger Plus Cards, ACME cards, Giant Eagle cards, etc...). When a consumer _____his or her card, and then his or her items, the items that customer bought are entered into a database. This gives businesses an accurate idea of which customers

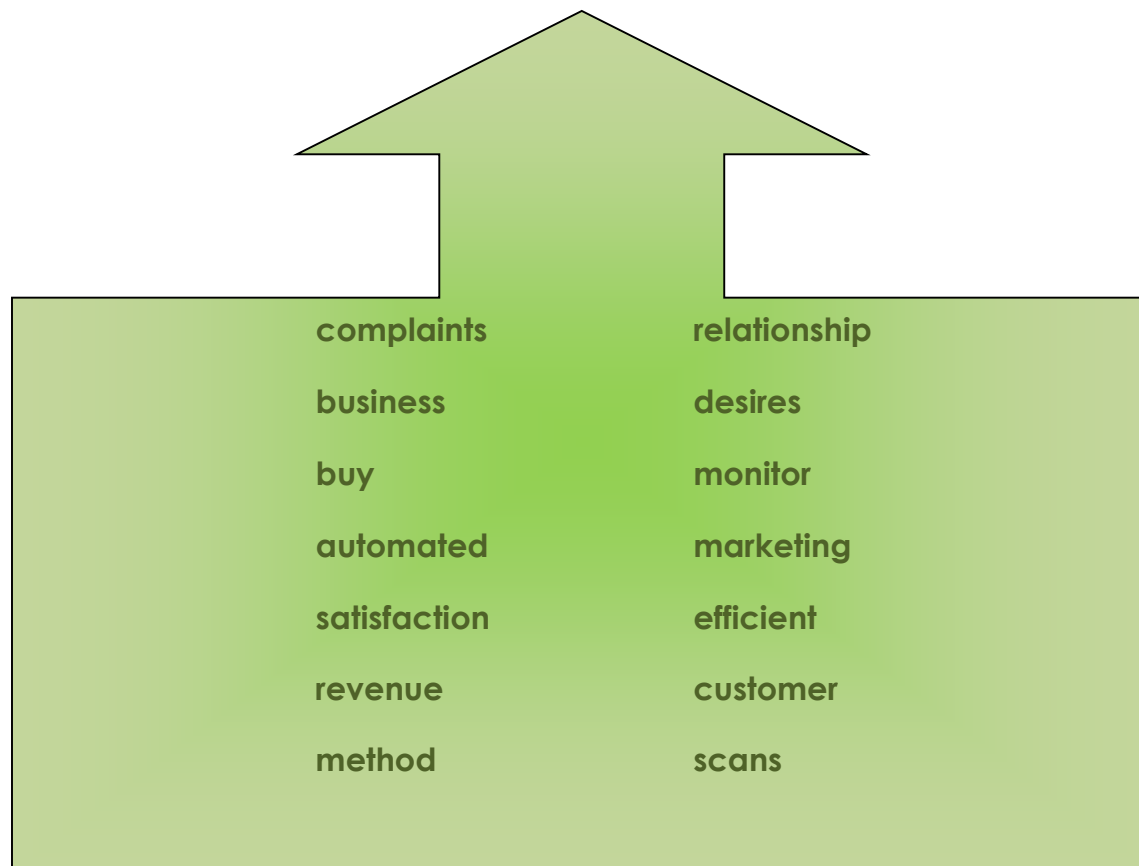
_____ what. Businesses then analyze this information. After analyzing the data collected, businesses can adjust their _____ campaigns and increase sales. Customer Relationship Management brings the company closer to the customer. CRM closes a “_____gap” that can be formed between the business and its customers.

CRM is also useful for customer service. Businesses can use automated CRM applications to analyze customer_____, or compliments, and change the business processes accordingly. Interestingly enough, CRM products also run many _____ call-centers for businesses (I.E. customer service systems). CRM applications and practices are used to make businesses more _____ and improve customer satisfaction.

What Can a Business Gain From Using CRM?

There are many goals that businesses have when implementing CRM techniques and applications. The business wants to improve customer service, which will subsequently improve customer_____. The business also wants to maximize _____ by advertising the right products to the right people. In other words, businesses want to know what customers want. Once a business finds what a customer wants through a CRM_____, the business can then provide the customer exactly what he or she_____. This will lead to returning customers, and the gaining of new customers. CRM processes also are designed to _____ all of the contact between customers and companies. Maintaining a positive relationship with one's customers is an essential element in business. Well-rounded CRM works to ensure that this element exists.

Text taken from www.crm2day.com.



Nombre del Alumno:		Grupo:	
Unidad de Aprendizaje 2:	Comunicación telefónica activa.		
Resultado de Aprendizaje:	Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas.		
Actividad núm. 15:	Interactúa oralmente empleando lineamientos establecidos de atención y servicio telefónico.		

CHECKLIST

INSTRUCTIONS:

- + Gather in pairs.
- + Prepare a dialogue for offering a service. One customer and one phone assistant.
- + Practice the dialogue and use the checklist below to verify how many of the things below you develop.
- + Exchange roles.

PHONE CALL CHECKLIST	√	X
1. Answer the phone by the second ring.	-----	-----
2. Show respect for your listener's time	-----	-----
3. Don't put someone on "hold" for more than 30 seconds.	-----	-----
4. If you don't have the answer offer to call back	-----	-----
5. Identify yourself immediately when you answer o place a call	-----	-----
6. Offer to take a message for someone else	-----	-----
7. Speak with a clear volume	-----	-----
8. Don't talk too fast	-----	-----
9. Offer clarification	-----	-----
10. Enunciate and pronounce clearly	-----	-----
11. Don't use any negative adjective or idea	-----	-----
12. Be helpful	-----	-----
13. Don't argue with the client	-----	-----
14. Listen more, talk less	-----	-----

II. Guía de Evaluación del Módulo Ventas por teléfono en inglés

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** en 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. Presentación de producto o servicio.	1.1. Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.	1.1.1.	▲	▲	▲	30		
	1.2. Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.	1.2.1.	▲	▲	▲	20		
% PESO PARA LA UNIDAD						50		
2. Comunicación telefónica activa.	2.1. Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.	2.1.1.	▲	▲	▲	20		
	2.2. Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas.	2.2.1.	▲	▲	▲	30		
% PESO PARA LA UNIDAD						50		
PESO TOTAL DEL MÓDULO						100		

9. Materiales para el Desarrollo de Actividades de Evaluación

Unidad de Aprendizaje:	2. Comunicación telefónica activa.
Resultado de Aprendizaje:	2.2. Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas
Actividad de Evaluación:	2.2.1. Simula una conversación en inglés para atender una reclamación de un cliente por problemas en la entrega de un pedido

SELF-EVALUATION: SKILL ACQUIRED.

Instructions: Tick (✓) what you can or can't do with the following numbers: 1 = bad, 2 = poorly, 3= not bad, 4= good, 5= excellent.

	1	2	3	4	5
Verify name, address and telephone number of caller					
Listen to the entire complain					
Find out more by meeting the complaint with a question					
Restate the complain and agree about it					
Offer a solution					
See the problem from his/her side.					
Stay calm					

Don't interrupt!					
Write down what is said.					
Show that you are listening: echo what they said and restate the problem					
Avoid words as "problem" and "can't					
Try to find agreement points.					
SCORE					

Performance score:

0-25: Low!

26-49: Could improve!

50-60: Really good!

1. What do you need to improve on?

EXTRA:

HOW?

10. Matriz de Valoración o Rúbrica

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: VETI-02	Nombre del Módulo:	Ventas por teléfono en inglés.	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:			Grupo:	Fecha:
Resultado de Aprendizaje:	1.1	Expresa información específica de un producto o servicio empleando el protocolo establecido.	Actividad de evaluación:	1.1.1 Realiza una llamada telefónica en inglés con fines de venta.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Elementos discursivos del guión	40	<ul style="list-style-type: none"> Elabora guión de conversación que incluya lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Frase hecha de saludo y presentación. Nombre y cargo de la persona que habla. Nombre de la persona que responde. Nombre y trayectoria de la empresa que representa. Preguntas con fines de venta. Promoción de producto o servicio conforme requerimiento de cliente. Sondeo con fines de venta. 4 o más frases de clarificación y 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora guión de conversación que incluya lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Frase hecha de saludo y presentación. Nombre y cargo de la persona que habla. Nombre de la persona que responde. Nombre de la empresa que representa. Preguntas con fines de venta. Promoción de producto o servicio conforme requerimiento de cliente. 2 frases de clarificación y acuerdo. 	<ul style="list-style-type: none"> Omite uno o varios de los siguientes elementos del guión de conversación: <ul style="list-style-type: none"> Frase hecha de saludo y presentación. Nombre y cargo de la persona que habla. Nombre de la persona que responde. Nombre de la empresa que representa. Preguntas con fines de venta. Promoción de producto o servicio conforme requerimiento de cliente. 2 frases de clarificación y

INDICADORES	%	C R I T E R I O S		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		acuerdo. – Frase hecha de despedida. • Utiliza la estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. • Utiliza registro formal. • Emplea protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas	– Frase hecha de despedida. • Utiliza la estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. • Utiliza registro formal. • Emplea protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas	acuerdo. – Frase hecha de despedida. – Estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. – Protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas – Registro informal.
Presentación oral	40	• Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases completas. • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición • Muestra fluidez natural en la interacción. • Utiliza señalizaciones lingüísticas indicando comprensión y/o atención.	• Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases completas. • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición.	• Omite utilizar alguno de los siguientes criterios: – Volumen fuerte y claro. – Ritmo pausado y natural. – Énfasis y entonación correspondientes a oferta de productos. – Cambio de toma de palabra alternado. – Oraciones y frases completas. – Reformulación – Repetición • Articula los sonidos del inglés de modo que la comprensión del mensaje emitido sea mínima o nula.
Actitudes	20	• Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra organización y responsabilidad al entregar la grabación en fecha previa a la establecida por el docente. • Muestra un trato cordial durante	• Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra responsabilidad al entregar la grabación en la fecha establecida por el docente. • Muestra un trato cordial durante atención telefónica.	• Entorpece el trabajo colaborativo al no asumir el rol asignado. • Muestra falta de responsabilidad al entregar la grabación en fecha posterior a la establecida por el docente, u omite la entrega del trabajo.

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
	100	atención telefónica. <ul style="list-style-type: none"> • Demuestra confianza al entablar una conversación telefónica. • Conserva en buen estado la grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas • Capta el interés del cliente persuadiéndolo al precisar información sobre el producto o servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demuestra confianza al entablar una conversación telefónica. • Conserva en buen estado la grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite un trato cordial durante la atención telefónica. • Muestra una falta de confianza al entablar una conversación telefónica. • Omite indicaciones establecidas para conservar en buen estado las instalaciones y el material escolar.

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: VETI-02	Nombre del Módulo:	Ventas por teléfono en inglés.	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:				
Resultado de Aprendizaje:	1.2	Oferta oralmente productos o servicios aplicando procedimientos específicos de transacciones económicas.	Actividad de evaluación:	1.2.1 Simula una conversación telefónica en inglés con fines de venta de dos servicios de los <i>call centers</i> .

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Elementos discursivos del guión	40	<ul style="list-style-type: none"> •Elabora guión de conversación que incluya lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Nombre, cargo y compañía de la que se habla – Preguntas relacionadas con producto o servicio que el cliente adquirió previamente con la compañía. – Información de tiempo restante de garantía y condiciones. – Uso de frases para llamada en espera. – Promoción de producto o servicio novedoso en el mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas y políticas de ventas del producto o servicio ofertado – Frases de clarificación y acuerdo – Frases hechas de despedida •Utiliza la estructura de diálogo 	<ul style="list-style-type: none"> •Elabora guión de conversación que incluya lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> – Frases hechas de saludo – Nombre, cargo y compañía de la que se habla – Preguntas relacionadas con producto o servicio que el cliente adquirió previamente con la compañía – Uso de frases para llamada en espera – Promoción de producto o servicio novedoso en el mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas y políticas de ventas del producto o servicio ofertado – Frases de clarificación y acuerdo – Frases hechas de despedida •Utiliza la estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. •Utiliza registro formal. •Emplea protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite uno o varios de los siguientes elementos del guión de conversación: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Nombre, cargo y compañía de la que se habla – Preguntas relacionadas con producto o servicio que el cliente adquirió previamente con la compañía – Uso de frases para llamada en espera – Promoción de producto o servicio novedoso en el mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ Normas y políticas de ventas del producto o servicio ofertado – Frases de clarificación y acuerdo – Frases hechas de despedida – Estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. – Protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>telefónico de emisor-receptor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliza registro formal. • Emplea protocolo y frases telefónicas para ofertar productos o servicios conforme políticas 		<ul style="list-style-type: none"> – Registro formal.
Presentación oral	40	<ul style="list-style-type: none"> • Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases completas. • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición • Muestra fluidez natural en la interacción. • Utiliza señalizaciones lingüísticas indicando comprensión y/o atención. 	<ul style="list-style-type: none"> • Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases completas. • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición. 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite utilizar alguno de los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> – Volumen fuerte y claro. – Ritmo pausado y natural. – Énfasis y entonación correspondientes a oferta de productos. – Cambio de toma de palabra alternado. – Oraciones y frases completas. – Reformulación – Repetición • Articula los sonidos del inglés de modo que la comprensión del mensaje emitido sea mínima o nula.
Actitudes	20	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra organización y responsabilidad al entregar la grabación en fecha previa a la establecida por el docente. • Muestra un trato cordial durante atención telefónica. • Demuestra confianza al entablar una conversación telefónica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra responsabilidad al entregar la grabación en la fecha establecida por el docente • Muestra un trato cordial durante atención telefónica. • Demuestra confianza al entablar una conversación telefónica. • Conserva en buen estado la 	<ul style="list-style-type: none"> • Entorpece el trabajo colaborativo al no asumir el rol asignado. • Muestra falta de responsabilidad al entregar la grabación en fecha posterior a la establecida por el docente, u omite la entrega del trabajo. • Omite un trato cordial durante la atención telefónica. • Muestra una falta de confianza al

INDICADORES	%	C R I T E R I O S		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<ul style="list-style-type: none"> • Conserva en buen estado la grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas • Emite información fehaciente sobre el producto o servicio. • Muestra actitud de servicio al entablar una conversación telefónica. 	grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas <ul style="list-style-type: none"> • Emite información fehaciente sobre el producto o servicio. 	entablar una conversación telefónica. <ul style="list-style-type: none"> • Omite indicaciones establecidas para conservar en buen estado las instalaciones y el material escolar. • Emite información no fidedigna sobre el producto o servicio.
	100			

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: VETI-02	Nombre del Módulo:	Ventas por teléfono en inglés.	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:				
Resultado de Aprendizaje:	2.1 Promociona productos o servicios específicos acorde con políticas de la empresa.	Actividad de evaluación:	2.1.1 Elabora tres guiones para vender productos u ofertar servicios. Heteroevaluación.	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Elementos discursivos del guión	40	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora cuatro guiones en inglés para la oferta de productos o servicios siguientes: artículos de primera necesidad en el hogar, bienes inmuebles y celdas solares; considerando los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> – Investigación sobre el producto <ul style="list-style-type: none"> ○ Información general y específica sobre las características físicas y técnicas del producto. ○ Información del servicio técnico del producto ○ Información del costo del producto y condiciones de entrega. ○ Uso de terminología técnica y cotidiana. • Elabora guión acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Descripción general – Características y especificaciones técnicas – Características y 	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora tres guiones en inglés para la oferta de productos o servicios siguientes: artículos de primera necesidad en el hogar, bienes inmuebles y celdas solares; considerando los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> – Investigación sobre el producto <ul style="list-style-type: none"> ○ Información general sobre las características físicas y técnicas del producto. ○ Información del servicio técnico del producto ○ Información del costo del producto y condiciones de entrega. • Elabora guión de producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Descripción general – Características y especificaciones técnicas – Características y 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite uno o varios de los siguientes elementos del guión de conversación: <ul style="list-style-type: none"> – Selección de un producto por guión relacionado con las siguientes áreas: artículos de primera necesidad en el hogar, bienes inmuebles y celdas solares. – Investigación sobre el producto <ul style="list-style-type: none"> ○ Información general sobre las características físicas y técnicas del producto. ○ Información del servicio técnico del producto ○ Información del costo del producto y condiciones de entrega. • Omite elaborar de producto o servicio guión acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Descripción general – Características y

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		especificaciones técnicas <ul style="list-style-type: none"> ○ Instalación y mantenimiento ○ Dimensiones ○ Diseño ○ Marca – Beneficios que ofrece <ul style="list-style-type: none"> – Beneficios económicos de adquisición – Cualidades únicas de acuerdo con su competencia en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dimensiones ○ Diseño ○ Marca – Beneficios que ofrece <ul style="list-style-type: none"> – Beneficios económicos de adquisición – Cualidades únicas de acuerdo con su competencia en el mercado 	especificaciones técnicas <ul style="list-style-type: none"> ○ Instalación y mantenimiento ○ Dimensiones ○ Diseño ○ Marca – Beneficios que ofrece <ul style="list-style-type: none"> – Beneficios económicos de adquisición – Cualidades únicas de acuerdo con su competencia en el mercado
Presentación escrita del documento	40	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta cada uno de los diálogos por separado. • Utiliza los siguientes elementos en cada uno de los diálogos: <ul style="list-style-type: none"> – Estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor – Mínimo dos personajes. – Registro formal. – Oraciones simples y compuestas. – Estructura gramatical y de unión de la oración que permita una comprensión de lectura. • Evita faltas de ortografía. • Extensión mínima de 1 1/2 cuartilla y máxima de 2 cuartillas 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenta cada uno de los diálogos por separado. • Utiliza los siguientes elementos en cada uno de los diálogos: <ul style="list-style-type: none"> – Estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor – Mínimo dos personajes – Registro formal. – Oraciones simples. – Estructura gramatical y de unión de la oración que permita una comprensión de lectura. • Evita faltas de ortografía. • Extensión mínima de 1/2 cuartilla y máxima de 1 cuartilla 	<ul style="list-style-type: none"> • No presenta cada uno de los diálogos por separado. • Omite utilizar uno o varios de los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> – Estructura de diálogo telefónico de emisor-receptor. – Mínimo dos personajes. – Registro formal. – Oraciones simples. – Estructura gramatical y de unión de la oración que permita una comprensión de lectura. • Comete faltas de ortografía que impiden la comprensión. • No respeta extensión mínima.
Actitudes	20	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra organización y responsabilidad al entregar los guiones en fecha previa a la establecida por el docente. • Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden • Destaca información fehaciente de 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra responsabilidad al entregar los guiones en la fecha establecida por el docente. • Entrega el trabajo cuidando aspectos de limpieza y orden. • Destaca información fehaciente de productos amigables con el medio 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra falta de responsabilidad al entregar los guiones en fecha posterior a la establecida por el docente, u omite la entrega del trabajo. • Entrega el trabajo sin cuidar aspectos de limpieza y orden

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
	100	<p>productos amigables con el medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra perseverancia al desarrollar los guiones bajo protocolos establecidos y normativas de empresas para ventas de productos. 	ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Omite destacar información fehaciente de productos amigables con el medio ambiente.

MATRIZ DE VALORACIÓN O RÚBRICA

Siglema: VETI-02	Nombre del Módulo:	Ventas por teléfono en inglés.	Nombre del Alumno:	
Docente evaluador:				
Resultado de Aprendizaje:	2.2 Emite y verifica información oral específica para la venta de productos o servicios empleando el léxico relacionado y políticas establecidas.	Actividad de evaluación:	2.2.1. Simula una conversación en inglés para atender una reclamación de un cliente por problemas en la entrega de un pedido.	

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
Elementos discursivos del guión	40	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa oralmente el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Frase hecha para establecer motivo de la llamada. – Frases para aclaración de dudas o defectos del producto o servicio – Solicitud de cancelación del pedido – Motivos para rechazar el producto o servicio • Expresa oralmente la atención ante el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Información establecida en factura, orden de compra o pedido. – Frase hecha para enlazar llamada al departamento que 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa oralmente el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Frase hecha para establecer motivo de la llamada. – Frases para aclaración de dudas o defectos del producto o servicio – Solicitud de cancelación del pedido – Motivos para rechazar el producto o servicio • Expresa oralmente la atención ante el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Información establecida en factura, orden de compra o pedido. – Frase hecha para enlazar llamada al departamento que 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite establecer el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Frase hecha para establecer motivo de la llamada. – Frases para aclaración de dudas o defectos del producto o servicio – Solicitud de cancelación del pedido – Motivos para rechazar el producto o servicio • Omite establecer la atención ante el reclamo de un producto o servicio acorde con el siguiente orden de ideas: <ul style="list-style-type: none"> – Frase hecha de saludo – Información establecida en factura, orden de compra o pedido. – Frase hecha para enlazar llamada al departamento que

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>puede resolver su solicitud, queja y/o sugerencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frase hecha para espera en la línea - Frases para verificación de ideas. - Propuesta de resolución del problema. - Frases para atención de objeciones. - Frases hechas de despedida - Resumen de puntos clave de la llamada 	<p>puede resolver su solicitud, queja y/o sugerencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frase hecha para espera en la línea - Frases para verificación de ideas. - Propuesta de resolución del problema. - Frases para atención de objeciones. - Frases hechas de despedida 	<p>puede resolver su solicitud, queja y/o sugerencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frase hecha para espera en la línea - Frases para verificación de ideas. - Propuesta de resolución del problema. - Frases para atención de objeciones. - Frases hechas de despedida
Autoevaluación	5	<ul style="list-style-type: none"> • Interactúa en situación similar a la de conversación telefónica. • Expresa y extrae información clave relacionada con una queja. • Proporciona y recibe solución a la queja. • Solicita e informa sobre datos adicionales para manejo de queja. • Satisface y se encuentra satisfecho de la atención prestada o recibida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interactúa en situación similar a la de conversación telefónica. • Expresa y extrae información clave relacionada con una queja. • Proporciona y recibe solución a la queja. • Solicita e informa sobre datos adicionales para manejo de queja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Emplea erróneamente u omite el uso de uno o varios de los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> - Interacción en situación similar a la de conversación telefónica. - Expresión y extracción de información clave relacionada con una queja. - Emisión y recepción de solución a la queja. - Solicitud e información sobre datos adicionales para manejo de queja.
Presentación oral	30	<ul style="list-style-type: none"> • Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases 	<ul style="list-style-type: none"> • Usa un volumen fuerte y claro. • Usa un ritmo pausado y natural. • Utiliza énfasis y entonación correspondiente a oferta de productos. • Utiliza cambio de toma de palabra alternado. • Pronuncia oraciones y frases 	<ul style="list-style-type: none"> • Omite utilizar alguno de los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> - Volumen fuerte y claro. - Ritmo pausado y natural. - Énfasis y entonación correspondientes a oferta de productos. - Cambio de toma de palabra

INDICADORES	%	CRITERIOS		
		Excelente	Suficiente	Insuficiente
		<p>completas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición • Utiliza señalizaciones extralingüísticas indicando comprensión y/o atención. • Muestra fluidez natural en la interacción. • Utiliza señalizaciones lingüísticas indicando comprensión y/o atención 	<p>completas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articula los sonidos del inglés de modo que sea posible la comprensión del mensaje emitido. • Utiliza reformulación. • Utiliza repetición. • Utiliza señalizaciones extralingüísticas indicando comprensión y/o atención. 	<p>alternado.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Oraciones y frases completas. – Reformulación – Repetición <ul style="list-style-type: none"> • Articula los sonidos del inglés de modo que la comprensión del mensaje emitido sea mínima o nula.
Actitudes	25	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra organización y responsabilidad al entregar la grabación en fecha previa a la establecida por el docente. • Muestra un trato cordial durante atención telefónica. • Capta el interés del cliente persuadiéndolo al precisar información sobre el producto o servicio. • Conserva en buen estado la grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas • Demuestra tolerancia al comprender y atender las quejas y/o sugerencias telefónicamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra disposición y asume rol asignado en el trabajo colaborativo. • Muestra responsabilidad al entregar la grabación en la fecha establecida por el docente. • Muestra un trato cordial durante atención telefónica. • Conserva en buen estado la grabadora y el material escolar según indicaciones establecidas • Demuestra tolerancia al comprender y atender las quejas y/o sugerencias telefónicamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Entorpece el trabajo colaborativo al no asumir el rol asignado. • Muestra falta de responsabilidad al entregar la grabación en fecha posterior a la establecida por el docente, u omite la entrega del trabajo. • Omite un trato cordial durante la atención telefónica. • Omite indicaciones establecidas para conservar en buen estado las instalaciones y el material escolar. • Demuestra intolerancia al no atender las quejas y/o sugerencias telefónicamente ya sea por falta de interés o de intención para comprender.
	100			