

# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

## Centro Universitario de la Ciénega



### Programa de Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje		Clave				
Programa Educativo en que se imparte		Ventas				
Superior (Licenciatura en Mercadotecnia)		Nivel en el que se imparte la Unidad de Aprendizaje				
Pre-requisitos	Tipo de Unidad de Aprendizaje	Carga Horaria Semanal	Créditos			
N/A	<input checked="" type="checkbox"/> Curso <input type="checkbox"/> Curso-Taller <input type="checkbox"/> Laboratorio <input type="checkbox"/> Curso-Laboratorio <input type="checkbox"/> N/A	C CT L CL Módulo	Práctica P Seminario S Clínica N Taller T Módulo M	<b>Teoría:</b> <b>Práctica:</b> <b>Total:</b>	40 40 80	8
Área de Formación	División	Departamento	Academía			
Básica particular obligatoria	Estudios Socio Económicos	Negocios	Mercadotecnia			
Presentación						
<p>El conocimiento adquirido en la asignatura tiene que permitir gestionar todos los aspectos necesarios para administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización, llevar a cabo una dirección de ventas eficaz en cualquier empresa. El conocimiento impartido se basará en situaciones prácticas y que además estarán vigentes en el momento actual del mercado. Se incluirán aspectos organizativos y de gestión del negocio de forma que permitan desarrollar la actividad de ventas de la forma más eficiente posible.</p>		<b>Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje</b>				
<p>Mercadotecnia, Conducta del consumidor, Mercadotecnia relacional, Investigación de mercados, Mercadotecnia de servicios, Administración de venta al detalle, Desarrollo de emprendedores</p>		<b>Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso</b>				
<p>El Licenciado en Mercadotecnia será capaz de diseñar, implementar, coordinar y evaluar estrategias de mercadotecnia tanto en las empresas como en organismos públicos, que impulsen el posicionamiento, la participación del mercado y la competitividad a través de:</p>						

- El estudio y análisis del mercado, el establecimiento de lineamientos para su segmentación, la detección de necesidades, identificación de hábitos, cambios y tendencias en el comportamiento del consumo.
- El uso de la tecnología y los sistemas de información para potencializar el alcance de la comercialización y publicidad, a través del comercio electrónico.
- El Licenciado en Mercadotecnia coadyuvará al desarrollo y transformación de su entorno con ética y alto compromiso social, dentro del marco de la legalidad, respetando la diversidad cultural, capaz de integrarse a ámbitos de trabajo multidisciplinarios, colaborar y aplicar sus conocimientos con la finalidad de generar el bien común.

#### **Ámbito de Aplicación Profesional de la Unidad de Aprendizaje**

Ser un profesionista que pueda desarrollarse eficazmente en empresas públicas o privadas, en las áreas de:

- Gerencias y coordinaciones de equipos de ventas
- Planeación, reclutamiento y selección del personal de ventas
- Desarrollo de empresas propias
- Ventas en general en cualquier ámbito

#### **Competencia Profesional de la Unidad de Aprendizaje**

Analizar iniciativas de venta orientadas al cliente y liderar equipos de ventas respetando a las personas como individuos.

#### **Competencias Básicas de la Unidad de Aprendizaje**

- Capacidad de trabajo en equipo
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
- Compromiso con su medio socio-cultural
- Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad
- Habilidad para trabajar en forma autónoma
- Compromiso ético

#### **Competencias de Aprendizaje de la Unidad de Aprendizaje**

Diseñar planes de ventas a partir de un análisis de indicadores de mercado y de los requerimientos de perfiles para el mejor desempeño de la fuerza de ventas

#### **Campos Formativos por Competencias: Conocimientos, aptitudes y destrezas, actitudes y valores**

**Saber Conocer (Saberes teóricos y procedimentales):**

- Conceptos fundamentales sobre ventas
- Principios sobre ventas fundamentadas en la confianza
- Alcances de la administración de ventas

**Saber Hacer (Saberes prácticos, habilidades):**

- Desarrolla programas de ventas

**Saber ser**

- Creativo, innovador y dinámico
- Profesional en la gestión de proyectos
- Comprometido y responsable

**Saber convivir (Actitudes, disposición, valores):**

- Trabaja en equipo
- Mantiene la ética profesional
- Establece liderazgo en áreas de trabajo

**Desglose de Unidades de Competencia o Contenidos**

<b>Unidades Temáticas</b>	<b>Desglose en Subtemas</b>	<b>No. de Horas de Clase</b>
Unidad de Competencia Tema 1: LA FUNCIÓN DE LAS VENTAS	1.1. Concepto de ventas 1.2. Evolución y relación del marketing y las ventas 1.3. La importancia y función de las venta 1.4. La venta centrada en el cliente 1.5. Ética y ventas	6 hrs
Unidad de Competencia Tema 2: EL VENDEDOR	2.1. Perfil del vendedor 2.2. Conocimiento del producto 2.3. Tipos de vendedores	16 hrs
Unidad de Competencia Tema 3: EL CLIENTE	3.1. Concepto 3.2. Tipos de clientes 3.3. Manejo de objeciones	14 hrs
Unidad de Competencia Tema 4: EL PROCESO DE VENTA	4.1. Los pasos de la compra 4.2. El ciclo de la venta 4.2.1. Técnicas de prospección 4.2.2. Estrategias de presentación de ventas 4.2.3. Negociación y objeciones 4.2.4. Tipos de técnicas de cierre	14 hrs
Unidad de Competencia Tema 5: ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	5.1. Niveles jerárquicos 5.2. Planeación de la administración de ventas 5.2.1. Pronósticos y presupuestos 5.3. Organización y desarrollo de la fuerza de ventas 5.3.1. Reclutamiento y selección 5.3.2. Capacitación 5.4. Dirección de la fuerza de ventas 5.4.1. Liderazgo 5.4.2. Motivación 5.4.3. Compensación 5.5. Control y evaluación del desempeño	22 hrs

*(Firma)*

Unidad de Competencia  
Tema 6:  
EL MUNDO ACTUAL DE LAS  
VENTAS Y LAS RELACIONES  
CON LOS CLIENTES

- 6.1. El entorno actual de las ventas  
6.2. Administración de relaciones con los clientes  
6.3. CRM  
6.4. Nuevas tecnologías

8 hrs

Total: 80 Hrs.

TEMAS Y SUBTEMAS	ESTRATEGIAS
Tema 1: LA FUNCIÓN DE LAS VENTAS	Estrategias de enseñanza
<p>1.1 Concepto de ventas          1.2 Evolución y relación del marketing y las ventas          1.3 La importancia y función de las ventas          1.4 La venta centrada en el cliente          1.5 Ética y ventas</p> <p>Tema 2:  <b>EL VENDEDOR</b></p> <p>2.1. Perfil del vendedor          2.2. Conocimiento del producto          2.3. Tipos de ventas</p> <p>Tema 3: <b>EL CLIENTE</b></p> <p>3.1. Concepto          3.2. Tipos de clientes          3.3. Manejo de objeciones</p> <p>Estrategia de enseñanza:          Exposiciones grupales</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje en Aula:          Analizar y comprender las funciones de las ventas.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:          Aplicar las funciones de las ventas</p>
<p>Estrategia de aprendizaje en Aula:          Estudiar y explicar temas sobre los principales aspectos que debe reunir un buen vendedor.</p> <p>Estrategia de aprendizaje en Aula:          Revisar y analizar distintos perfiles de clientes.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:          Revisar y analizar distintos perfiles de clientes.</p>	<p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:          Estudiar y explicar temas sobre los principales aspectos que debe reunir un buen vendedor.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:          Revisar y analizar distintos perfiles de clientes.</p>
<p>Estrategia de enseñanza:          Aprendizaje orientado a proyectos</p> <p>Estrategia de aprendizaje en Aula:          Analizar y comprender el proceso de venta.</p> <p>Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:          Analizar, comprender y aplicar el proceso de venta.</p>	

4.2.3. Negociación y  
objeciones  
4.2.4. Tipos de  
técnicas de cierre

Tema 5:

ADMINISTRACIÓN  
DE LA FUERZA DE  
VENTAS

Estrategia de enseñanza:  
Exposiciones grupales

Estrategia de aprendizaje en Aula:  
Comprender y explicar los temas sobre  
administración de la fuerza de ventas.

Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:  
Comprender y explicar los temas sobre  
administración de la fuerza de ventas.

- 5.1. Niveles jerárquicos
- 5.2. Planeación de la administración de ventas
- 5.2.1. Pronósticos y presupuestos
- 5.3. Organización y desarrollo de la fuerza de ventas
- 5.3.1. Reclutamiento y selección
- 5.3.2. Capacitación
- 5.4. Dirección de la fuerza de ventas
- 5.4.1. Liderazgo
- 5.4.2. Motivación
- 5.4.3. Compensación
- 5.5. Control y evaluación del desempeño

Tema 6:

EL MUNDO ACTUAL DE  
LAS VENTAS Y LAS  
RELACIONES CON LOS  
CLIENTES

Estrategia de enseñanza:  
Lección magistral

Estrategia de aprendizaje en Aula:  
Revisar y comprender las nuevas tendencias de las ventas.

Estrategia de Aprendizaje Extra-Aula:  
Revisar y comprender las nuevas tendencias de las ventas.

6.1. El entorno actual  
de las ventas

Evaluación		
Productos de Aprendizaje sugeridos	Criterios y/o indicadores de Evaluación	Porcentaje
Tema 1: LA FUNCIÓN DE LAS VENTAS	<p>1.1. Concepto de ventas          1.2. Evolución y relación del marketing y las ventas          1.3. La importancia y función de las venta          1.4. La venta centrada en el cliente          1.5. Ética y ventas</p> <p>Producto: Cuestionario</p>	<p>Criterio: Elabora un cuestionario y sus respuestas sobre los principales tópicos de la unidad temática.</p> <p>Indicadores: El cuestionario se entrega a mano, en el cuaderno, 30 preguntas con sus respuestas, buena presentación y ortografía.</p>
Tema 2: EL VENDEDOR	<p>2.1. Perfil del vendedor          2.2. Conocimiento del producto          2.3. Tipos de vendedores</p> <p>Producto: Exposición</p>	<p>Criterio: En equipos de 4 integrantes se asignaran temas para su exposición grupal.</p> <p>Indicadores: La presentación se respalda con gráficos, las ideas son claras y precisas, se cierra la exposición con una actividad de confirmación de aprendizaje para el resto del grupo.</p>
Tema 3: EL CLIENTE	<p>3.1. Concepto          3.2. Tipos de clientes          3.3. Manejo de objeciones</p> <p>Producto: Compilación de casos</p>	<p>Criterio: Elabora una antología con la presentación de 10 casos y su análisis.</p> <p>Indicadores: Los 10 casos están completos, la antología muestra buena presentación y ortografía, el análisis de cada caso es detallado y congruente</p>
Tema 4: EL PROCESO DE VENTA		20 %

Tema 5: ADMINISTRACION DE LA FUERZA DE VENTAS	<p>5.1. Niveles jerárquicos          5.2. Planeación de la administración de ventas          5.2.1. Pronósticos y presupuestos          5.3. Organización y desarrollo de la fuerza de ventas          5.3.1. Reclutamiento y selección          5.3.2. Capacitación          5.4. Dirección de la fuerza de ventas          5.4.1. Liderazgo          5.4.2. Motivación          5.4.3. Compensación          5.5. Control y evaluación del desempeño</p> <p>Producto: Exposición</p>	<p>Criterio: En equipos de 4 integrantes, realizan una presentación de ventas al grupo sobre un producto o servicio, aplicando los conocimientos de la unidad temática.</p> <p>Indicadores: La presentación se respalda con gráficos, las ideas son claras y precisas.</p>	25 %
Tema 6: EL MUNDO ACTUAL DE LAS VENTAS Y LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES	<p>6.1. El entorno actual de las ventas          6.2. Administración de relaciones con los clientes          6.3. CRM          6.4. Nuevas tecnologías</p> <p>Producto: Examen virtual</p>	<p>Criterio: Realiza un examen sobre lo la unidad temática</p> <p>Indicadores: Las respuestas del examen son correctas y los casos expuestos son reales y congruentes</p>	<p>15 %</p> <p>SUMA 100%</p>
Fuentes de Información			

**Básica**

Vtas edición del estudiante  
Ingram, Thomas (2015), Ed. Cengage. 4ta. Ed.

**Complementaria**

Neuroventas  
Llonch, Jordi (2017) Ediciones de la U. 2da. Ed.  
ISBN 978-958-762-716-9

Essentials of negotiation  
Lewicki,Roy (2016) Mc Graw Hill. 6ta. Ed  
ISBN 978-981-4577-27-4

Networking estratégico  
Robinett, Judy (2017) Paidós. 1ra ed.

**Perfil Docente Deseable**

Licenciatura o Maestría en Mercadotecnia, con conocimientos generales sobre la unidad de aprendizaje y/o experiencia laboral en el área.

**Elaborado por**

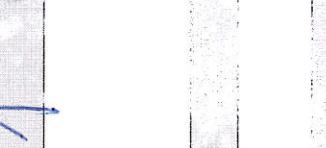
Mtra. Irma Elizabeth Cruz Jiménez

  
**Fecha**

28 de junio de 2018

**Revisado por**

Mtra. Aurora Águila Zendejas

  
**Fecha**

28 de junio de 2018

**Autorizado por Colegio Departamental de**

Mtro. Mario Reyes Garcidueñas

  
**Fecha**

28 de junio de 2018

**Perfil del Egresado.**

Disponible en <http://www.pregrado.udg.mx/>