

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
E C I B I D
MAR 14 2012
DEPARTAMENTO DE FORMACION PROFESIONAL Y VINCULACION
CAMPUS JUANA

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica (s): FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE TURISMO Y MERADOTECNIA

2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) LICENCIADO EN GESTION TURISTICA 3. Vigencia del plan: 2009-2

4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje ADMINISTRACION DE VENTAS 5. Clave: 12314

6. HC:02 HL: HT:02 HPC: HCL: HE:02 CR:06

7. Ciclo Escolar: _____ 8. Etapa de formación a la que pertenece: DISCIPLINARIA

9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria _____ Optativa X

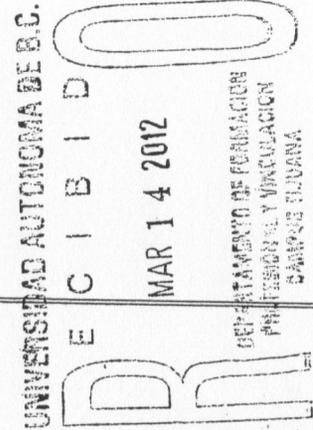
10. Requisitos para cursar la Unidad de Aprendizaje:

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN (Continuación)

Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) LICENCIADO EN GESTION TURISTICA Vigencia del plan: **2009-2**

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: ADMINISTRACION DE VENTAS Clave: **12314**

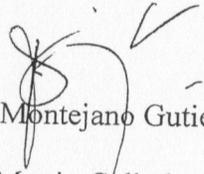
HC: 02 HL: HT:02 HPC: HCL: HE:02 CR:06



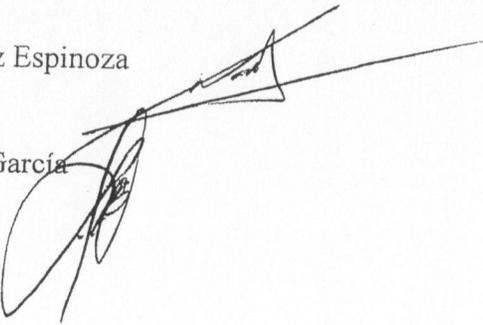
Firmas Homologadas

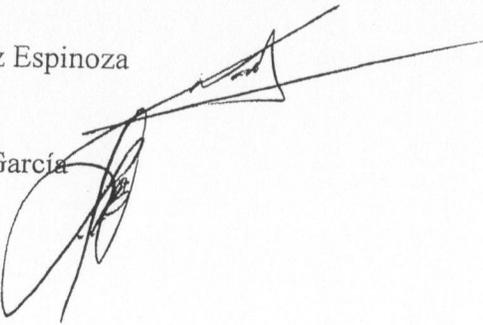
Fecha de elaboración
22 de Noviembre de 2011

Formuló:


Lic. Beatriz Montejano Gutiérrez


Mtra. Edith Martin Galindo


M.A. Mayda González Espinoza


M.A.I. Lorena Vélez García


Vo. Bo Dr. Jorge Carlos Morgan Medina
Cargo: Subdirector Facultad de Turismo y
Mercadotecnia


Vo. Bo. M.A. Ernesto Alonso Pérez Maldonado
Cargo: Subdirector Facultad de Ciencias
Administrativas

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Que el alumno sea capaz de analizar y comprender los diferentes entornos de la administración de ventas, visualizando las tendencias y como afectan el éxito de los esfuerzos de ventas a una organización. Desarrollando en los mismos la innovación, tecnología y liderazgo con responsabilidad y honestidad.

III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

Analizar la formulación, implementación y evaluación de los programas de ventas a través de la innovación, uso de la tecnología y tipos de liderazgo deseados

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Elaboración de un plan de ventas para determinar los factores del ambiente que afectan el desarrollo y la ejecución de las estrategias de marketing y los programas de ventas. Con responsabilidad y profesionalismo en el desempeño de las funciones.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION DE VENTAS.

Competencia

Analizar los aspectos generales que involucran a la Administración de Ventas sirva como base para el diseño de la fuerza de ventas, como una herramienta eficaz en el desarrollo y mejora de los vendedores con objetividad y responsabilidad.

Contenido

Duración 18 hrs.

- 1.1 Conceptos generales de la administración de ventas.
- 1.2 Esencia de la administración de ventas.
- 1.3 Funciones de la administración de ventas.
- 1.4 Ámbito de la administración de ventas.
- 1.5 El enfoque Estratégico de la Administración de ventas.
- 1.6 El Proceso de venta personal.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD II PLANEACION Y ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS TURISTICOS.

Competencia

Crear la infraestructura para el establecimiento de equipos de venta efectivos, diseñando el perfil adecuado, las políticas y procedimientos necesarios de modo que el comportamiento y el desempeño laboral de los mismos se dirijan a los objetivos y niveles de desempeño especificados, buscando el desarrollo integral del personal y fomentando la cultura de calidad.

Contenido

Duración 18 hrs.

- 2.1 Detección de necesidades de capital humano.
- 2.2 Organización de un equipo de ventas .
- 2.3 Elaboración del perfil para el personal de ventas de servicios.
- 2.4 Reclutamiento y selección de personal de ventas de servicios.
- 2.5 Contratación y socialización de los nuevos vendedores.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD III. DESARROLLO Y EJECUCION DE UN PROGRAMA DE FORMACION DE VENTAS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS TURISTICOS.

Competencia

Determinar la importancia de la elaboración y ejecución de un programa de formación dirigido a vendedores, para el desempeño específico y cumplimiento de los objetivos estratégicos, considerando la realidad de su entorno, comprometidos con los valores organizacionales.

Contenido**Duración 16 hrs.**

- 3.1 Valor de la formación de ventas en el sector de servicios turísticos.
- 3.2 Formación en ventas y planificación estratégica.
- 3.3 Necesidades y objetivos de la formación.
- 3.4 El Diseño del programa de formación.
- 3.5 Implementación y evaluación del programa de formación.

V. DESARROLLO POR UNIDADES**UNIDAD IV DIRECCION DE LA OPERACIONES DE UN EQUIPO DE VENTAS.****Competencia**

Determinar la importancia de dirigir eficientemente a la fuerza de ventas para cumplir con las estrategias definidas adecuadas a la realidad de su entorno, través de un liderazgo efectivo y un sistema de incentivos que permitan elevar el compromiso y motivación de sus integrantes, mostrando una actitud de respeto y honestidad.

Contenido**Duración 16 hrs**

- 4.1 Liderazgo y supervisión del equipo de ventas.
- 4.2 Motivación, compensación e incentivos para el equipo de ventas.
- 4.3 La venta en equipo.
- 4.4 La gestión del tiempo en ventas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD V PLAN DE VENTAS.

Competencia

Diseñar un plan de ventas que permita alcanzar los objetivos organizacionales establecidos y diseñar estrategias de marketing que permita enfrentar las condiciones cambiantes del entorno, y alcanzar las metas financieras definidas, con integridad, responsabilidad y honestidad.

Contenido

Duración 16 hrs

- 5.1 Analizar el ambiente.
- 5.2 Analizar el mercado.
- 5.3 Analizar la competencia.
 - 5.4 Objetivos de ventas y medios para alcanzarlos.
 - 5.5 Estrategias y tácticas de ventas.
 - 5.6 Implementación y ejecución.
 - 5.7 Control de resultados.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD VI VALORACION DEL RENDIMIENTO INDIVIDUAL DE VENTAS

Competencia

Diseñar instrumentos que permitan valorar el rendimiento individual y el alcance de los objetivos financieros, a través del análisis de costos y la rentabilidad del marketing, además de evaluar el impacto del comportamiento, actitudes y valores de los miembros de la fuerza de ventas.

Contenido

Duración 16 hrs.

- 6.1 Análisis del volumen de ventas.
- 6.2 Análisis del costo y rentabilidad del marketing.
- 6.3 Valoración del rendimiento individual de ventas.
- 6.4 Evaluación del comportamiento del vendedor.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD VII EL ENTORNO PARA EL PERSONAL DE VENTAS Y LA GERENCIA DE VENTAS.

Competencia

Comprender el impacto de la responsabilidad social en el desempeño de la función de ventas y las actitudes y valores que deben caracterizar a los miembros de la fuerza de ventas, considerando aspectos éticos y fundamentos legales.

Contenido

Duración 16 hrs.

- 7.1 Responsabilidad y ética de la fuerza de ventas.
- 7.2 Entorno Legal en las ventas.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1.	<p>Analizar los aspectos generales que involucran a la administración de ventas sirva como base para el diseño de la fuerza de ventas, como una herramienta eficaz en el desarrollo y mejora de los vendedores con objetividad y responsabilidad.</p>	<p>Lectura de bibliografía recomendada y discusión en clase.</p>	<p>Libros, revistas, etc.</p>	<p>5 horas</p>
2	<p>Crear la infraestructura para el establecimiento de equipos de venta efectivos, diseñando el perfil adecuado, las políticas y procedimientos necesarios de modo que el comportamiento y el desempeño laboral de los mismos se dirijan a los objetivos y niveles de desempeño especificados, buscando el desarrollo integral del personal y fomentando la cultura de calidad.</p>	<p>Revisión de plan de trabajo de la empresa y direccionar con diagramas la orientación de fuerza de venta.</p>	<p>Documentos de empresa ejemplo.</p>	<p>7 horas</p>

3	<p>Determinar la importancia de la elaboración y ejecución de un programa de formación dirigido a vendedores, para el desempeño específico y cumplimiento de los objetivos estratégicos, considerando la realidad de su entorno, comprometidos con los valores organizacionales.</p>	<p>Elaborar un Plan de capacitación para vendedores de servicios.</p>	<p>Consultar empresa ejemplo y ofrecer un plan de capacitación.</p>	9 horas
4	<p>Determinar la importancia de dirigir eficientemente a la fuerza de ventas para cumplir con las estrategias definidas adecuadas a la realidad de su entorno, través de un liderazgo efectivo y un sistema de incentivos que permitan elevar el compromiso y motivación de sus integrantes, mostrando una actitud de respeto y honestidad.</p>	<p>Dramatizar en relación con la dirección de recurso humano para la ejecución de ventas de servicios.</p>	<p>Organizar equipos de trabajo.</p>	3 horas
5	<p>Diseñar un plan de ventas que permita alcanzar los objetivos organizacionales establecidos y diseñar estrategias de marketing que permita enfrentar las condiciones cambiantes del entorno, y alcanzar las metas financieras definidas, con integridad, responsabilidad y honestidad.</p>	<p>Elaborar un ejemplo de plan de ventas.</p>	<p>Consultar otros planes de venta.</p>	5 horas
6	<p>Diseñar instrumentos que permitan valorar el rendimiento individual y el alcance de los objetivos financieros, a través del análisis de costos y la rentabilidad del marketing, además de evaluar el impacto del comportamiento,</p>	<p>Elaborar un documento ejemplo que contraste el presupuesto de la empresa con los objetivos de mercadotecnia.</p>	<p>Utilizar datos ficticios y proyectar.</p>	4 horas

7	<p>actitudes y valores de los miembros de la fuerza de ventas.</p> <p>Comprender el impacto de la responsabilidad social en el desempeño de la función de ventas y las actitudes y valores que deben caracterizar a los miembros de la fuerza de ventas, considerando aspectos éticos y fundamentos legales.</p>	<p>Elaborar normas de conducta para el vendedor y ejemplificar a través de drama-teatro.</p>	<p>Trabajo en equipo y reflexión para llegar a conclusiones.</p>	<p>2 horas</p>
---	--	--	--	----------------

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Lectura por anticipado de los temas, por parte de los alumnos, para iniciar la clase con preguntas sobre lo leído, con la posterior explicación del maestro.

Elaboración de prácticas, exposiciones y conferencias para cada una de las unidades, con la posterior evaluación por parte del maestro.

Organización de dinámicas de clase por parte del maestro, que promuevan las habilidades de: Integración, trabajo en equipo, creatividad, habilidad mental y toma de decisiones.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Evaluaciones Escritas	30 %
Dramatización de Ventas	30 %
Trabajo Final	30 %
Tareas correctas	10 %
TOTAL	100%

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Complementaria

Johnston Mark W. y Marshall Greg W.
Administración de ventas
Editorial Mc Graw Hill. México, D.F.
2009.

Langdon, Ken
El pensamiento estratégico
México, Ed. Grijalbo,
2002.

Héller, Robert
Las ventas exitosas
Ed. Grijalbo,
México, 2002.

X. PERFIL DEL DOCENTE

Licenciatura: Mercadotecnia, administración o carrera afín.

Especialidad: Ventas .

Maestría: Mercadotecnia.

Años de experiencia docente: 2 años.

Años de experiencia laboral: 5 años.

Área de experiencia: Ventas, Mercadotecnia, Turismo.

