



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL



SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

PROGRAMA SINTÉTICO

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDAD SANTO TOMÁS Y UNIDAD TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

NIVEL: II

PROPOSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Desarrolla relaciones comerciales exitosas, con base en las características de productos y servicios en los mercados existentes.

CONTENIDOS:

- I. Las ventas y su evolución.
- II. El ejecutivo de ventas.
- III. La información como base de la actividad de ventas.
- IV. Las actividades administrativas del ejecutivo de ventas.
- V. Construcción de relaciones comerciales.

ORIENTACIÓN DIDÁCTICA:

La presente unidad de aprendizaje se abordará empleando la estrategia de aprendizaje colaborativo. Los métodos en los que el docente se apoyará serán: deductivo, analógico y heurístico; el alumno empleará las técnicas indagación documental y de campo, organizadores gráficos, clínicas de ventas y análisis de textos.

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

La unidad de aprendizaje se evalúa bajo el esquema de portafolio de evidencias conformado por evaluaciones: diagnóstica, formativa y sumativa la cual contempla la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación con el apoyo de instrumentos de evaluación.

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

Evaluación de saberes previamente adquiridos durante las primeras semanas de inicio del curso; se evaluará mediante los criterios que establezca la academia correspondiente.

Cursarse por movilidad en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan convenio con el IPN.

Movilidad entre las unidades académicas del IPN, de acuerdo a la capacidad de atención de cada una.

Movilidad entre modalidades: Escolarizada y no escolarizada de acuerdo a la capacidad de atención.

BIBLIOGRAFÍA:

- Artal, M. (2013). *Dirección de ventas*. Madrid: ESIC ISBN 9788473569743.
- El Kutby, S. (2016). *Customer Experience: La poderosa clave para impulsar sus ventas*. México: Alfaomega. ISBN: 9786076226070
- Ingram, T. (2016). *Vtas*. México: Cengage Learning. ISBN: 6075224610
- Koontz, E. y Cannice. (2012). *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México: McGraw-Hill. ISBN 9786071507594
- Lewicki, J. (2011). *Fundamentos de Negociación*. México: Mc Graw Hill. ISBN: 9786071507532.*

SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN
DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL



SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN UNIDAD SANTO TOMÁS Y UNIDAD TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales

ÁREA DE FORMACIÓN: Científica Básica

MODALIDAD: Escolarizada y no escolarizada

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE: Teórico-Práctica. Obligatoria.

VIGENCIA: 2017

NIVEL: Nivel II

CRÉDITOS: 8.0 TEPIC 5.2 SATCA

INTENCIÓN EDUCATIVA

Esta unidad de aprendizaje le proporciona al perfil de egreso los conocimientos y habilidades para el desarrollo de relaciones comerciales exitosas, con base en las características de productos y servicios en los mercados, para dar solución al área de ventas en las organizaciones; mediante el análisis de información de productos y servicios, el desarrollo de tácticas y estrategias comerciales, así como, la determinación y organización de las actividades del ejecutivo de venta.

Este programa de estudios se relaciona en forma horizontal, con las siguientes unidades de aprendizaje: Método estadístico, Sistemas de información de mercadotecnia, Comportamiento del consumidor, Costos de comercialización y Derecho mercantil; de manera vertical se relaciona directamente con la asignatura de Técnicas y habilidades de ventas, Venta especializada, Canales de distribución y logística y Administración de ventas.

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrolla relaciones comerciales exitosas, con base en las características de productos y servicios en los mercados existentes.

TIEMPOS ASIGNADOS

HORAS TEORÍA/SEMANA: 3.0

HORAS PRÁCTICA/SEMANA: 2.0

HORAS TEORÍA/SEMESTRE: 54

HORAS PRÁCTICA/SEMESTRE: 36

HORAS TOTALES/SEMESTRE: 90

UNIDAD DE APRENDIZAJE

ACTUALIZADA POR: Academias de Ventas y distribución de la ESCA Unidad Santo Tomás y Unidad Tepepan

REVISADA POR: Subdirección Académica de la ESCA Unidad Santo Tomás y Tepepan

APROBADA POR: H. Consejo Técnico Consultivo Escolar de la ESCA Unidad Santo Tomás y Tepepan

C.P. Manelito Maganda de los Santos

Dra. Silvia Galicia Villanueva
Presidentes del H. Consejo Técnico Consultivo Escolar

APROBADO POR: Comisión de Programas Académicos del H. Consejo General Consultivo del IPN.

15 AGO 2017

AUTORIZADO Y VALIDADO POR:

Dr. Gilberto Alejandro García Guerra
Director de Educación Superior



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 3 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: I

NOMBRE: Las ventas y su evolución

UNIDAD DE COMPETENCIA

Identifica la diferencia entre ventas, comercialización y negociación, a partir de los elementos que los componen.

CONTENIDOS

HORAS AD Actividades de docencia

HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo

CLAVE BIBLIOGRÁFICA

T

P

- No. 1.1 Definición de la venta
- 1.2 Diferencia entre ventas empíricas y profesionales.
- 1.3 Evolución histórica de las ventas.
- 1.4 Departamento de ventas
- 1.3.1 Su relación con otros departamentos.
- 1.3.2 Ventas profesionales en la actualidad.
- 1.3.3 Ventas como factor de éxito en las empresas
- 1.4 Comercialización de productos y servicios.
- 1.5 Características de la negociación.

1.0

1.0

1.0

7B y 1B

1.0

2.0

2.0

1.0

2.0

2.0

2.0

2.0

2.0

1.0

1.0

2.0

Subtotales:

15.0

2.0

6.0

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Encuadre del curso

Elaboración y presentación en equipo de un video de la evolución de las ventas.

Lectura de los capítulos 1, 2 y 3 del libro "El nuevo lenguaje de las ventas" y elaboración de una síntesis individual.

Realización de Práctica 1: "Conociendo un departamento de ventas". Reporte

Realización de Práctica 2: "El Gerente de ventas y sus funciones". Reporte y presentación

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:

Evaluación diagnóstica

Video

Síntesis

Reporte de la práctica 1

Reporte y presentación de la práctica 2

Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación

50%

20%

10%

20%



SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN
DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 4 DE 10

Nº UNIDAD TEMÁTICA: II

NOMBRE: El ejecutivo de ventas

UNIDAD DE COMPETENCIA

Establece las actividades que desarrollan los ejecutivos de venta de acuerdo con el grado de especialización.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
2.1	Ejecutivo de ventas	4.0			7B, 1B, y 2B
2.1.1	Diferencias con un vendedor				
2.1.2	Características, habilidades, actitudes y valores.				
2.1.3	Inteligencia emocional.				
2.1.4	Funciones del ejecutivo: ventas, servicio, manejo de territorio, promoción, actualización continua.				
2.2	Comportamiento y aspectos éticos en las ventas.	3.0	1.0	3.0	
2.2.1	Diseño de imagen				
2.2.2	Lenguaje adecuado				
2.2.3	Vestimenta adecuada				
2.3	Tipos de ejecutivos de ventas	3.0		2.0	
2.3.1	Vendedor Jr.				
2.3.2	Vendedor Senior				
2.3.3	Vendedor internacional				
2.3.4	Closer				
Subtotales:		10.0	1.0	5.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Indagación documental individual de los temas de la unidad y la elaboración de un reporte.
 Lectura de los capítulos 4, 5 y 6 del libro "El nuevo lenguaje de las ventas" individual. Elaborar síntesis
 Elaboración en equipo de una guía de entrevista.
 Realización y presentación en equipo de la práctica 3: "Las actividades profesionales de un ejecutivo de ventas".
 Elaboración en equipo de un cuadro comparativo entre las actividades de un gerente y ejecutivo de ventas.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:	
Reporte de lectura	15%
Síntesis	15%
Guía de entrevista	10%
Reporte y presentación de la práctica 3	50%
Cuadro comparativo	10%
Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación	

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
 DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

44



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 5 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: III		NOMBRE: La información como base de la actividad de ventas.			
UNIDAD DE COMPETENCIA					
Estipula la información necesaria en cada actividad de venta, con base en los prospectos.					
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
3.1	Tipos de información que debe conocer el ejecutivo de ventas	1.5	1.0	2.0	7B, 1B, 3B y 5B
3.1.1	Social	3.5			
3.1.2	Económica				
3.1.3	Política				
3.1.4	Del mercado				
3.1.5	Del producto				
3.1.6	De la competencia				
3.1.7	De los prospectos				
3.1.8	Fuentes para obtener la información	4.0		2.0	
3.2	Interna y externa.				
3.2.1	Directa.				
3.2.2	Promociones (ferias y exposiciones)				
3.2.3	Prensa, revistas, radio y televisión.				
3.2.4	Internet.				
3.3	Análisis de información de productos y servicios.	1.0			
3.3.1	Desarrollo de tácticas y estrategias comerciales.				
Subtotales:		10.0	1.0	4.0	
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE					
Indagación documental individual de los temas de la unidad y elaboración de un reporte.					
Lectura de los capítulos 7, 8 y 9 del libro "El nuevo lenguaje de las ventas". Reporte					
Práctica 4 "Entrevista a ejecutivos de ventas" para investigar el proceso que realiza para obtener información como base de su actividad y clasificarla de acuerdo a la fuente.					
Elaboración de un mapa conceptual sobre los tipos y fuentes de información.					
EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES					
Portafolio de evidencias:					
Síntesis					10%
Reporte de lectura					20%
Reporte de la práctica 4					60%
Mapa conceptual					10%
Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación					

SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN
DE EDUCACIÓN SUPERIOR

My



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 6 DE 10

Nº UNIDAD TEMÁTICA: IV NOMBRE: Las actividades administrativas del ejecutivo de ventas.

UNIDAD DE COMPETENCIA

Desarrolla los pasos a seguir en las actividades administrativas del ejecutivo de ventas con base en la información de su producto, prospecto y zona.



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.C.A. TOMAS DE MORA
DIRECCIÓN

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
4.1	Administración de ventas.	3.0		1.0	7C, 1C, 3C y 5C
4.1.1	Objetivo de ventas				
4.1.2	Objetivos específicos de ventas				
4.2	Planeación de las actividades del ejecutivo de ventas.	3.0	1.0	3.0	
4.2.1	Formatos por día: llamadas, traslados, esperas, presentaciones.				
4.2.2	Formatos por semana				
4.2.3	Formatos mensuales y trimestrales				
4.2.4	Formatos de resultados anuales				
4.3	Herramientas del ejecutivo de ventas.	3.0		2.0	
4.3.1	Uso de la agenda				
4.3.2	Uso del catálogo				
4.3.3	Listas de precios				
4.3.4	Formatos de pedidos	1.0	1.0	2.0	
4.4	Formas de Pago				
4.4.1	Vía Internet.				
4.4.2	Factoraje (cadenas productivas)				
4.4.3	Efectivo y crédito	2.0			
4.5	Organización de las actividades del ejecutivo de ventas				
4.5.1	Agrupación de visitas por zona				
4.5.2	Trabajo por orden de importancia: Por ruta, peinado por zona, cambaceo (puerta en puerta, empresa-empresa) por volumen	1.0			
4.6	Control de actividades del ejecutivo de ventas	1.0		1.0	
4.7	Evaluación de las actividades del ejecutivo de ventas.				
Subtotales:		14.0	2.0	9.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

- Indagación documental individual de los temas de la unidad y la elaboración de un reporte.
- Realización de un trabajo documental sobre la administración de ventas
- Lectura de los capítulos 10, 11 y 12 del libro "El nuevo lenguaje de las ventas" individual.
- Práctica 5: " Investigación del proceso Administrativo"
- Diseño de formatos para medir el resultados de las acciones de ventas.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:	
Reporte de Investigación	10%
Plan de trabajo.	20%
Síntesis	10%
Reporte de la práctica 5	30%
Formatos diseñados y llenados	30%
Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación	



Handwritten mark



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 7 DE 10

Nº UNIDAD TEMÁTICA: V

NOMBRE: Construcción de relaciones comerciales.

UNIDAD DE COMPETENCIA

Implementa relaciones comerciales en una sociedad mercantil, con base en la situación del mercado nacional.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
5.1	Concepto e importancia de Relaciones comerciales.	1.0		2.0	1B, 6B, 4B
5.2	Factores para la construcción de las Relaciones Exitosas.	2.0	2.0	2.0	
5.3	Características de las relaciones comerciales exitosas.	1.0			
5.4	Campo opcional del Licenciado en Relaciones Comerciales	1.0			
Subtotales:		5.0	2.0	4.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Realización en equipo de clínica de venta. Reporte
 Realización individual de un ensayo sobre la importancia de las relaciones en la comercialización.
 Lectura de los capítulos 13,14 y 15 del libro "El nuevo lenguaje de las ventas" individual. Síntesis
 Realización de la Práctica 6: "Prospectando". Reporte
 Exposición en equipo de las fases del desarrollo de la relación comercial.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:	
Reporte de la clínica de venta.	20%
Ensayo	10%
Síntesis	10%
Reporte de la práctica 6	30%
Exposición	30%
Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación	

SECRETARÍA
 DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
 DIRECCIÓN
 DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 8 DE 10

RELACIÓN DE PRÁCTICAS

PRÁCTICA No.	NOMBRE DE LA PRÁCTICA	UNIDADES TEMÁTICAS	DURACIÓN	LUGAR DE REALIZACIÓN
1	"Conociendo un departamento de ventas".	I	4.0	Empresa elegida.
2	"El Gerente de ventas y sus funciones".	I	4.0	Empresa elegida.
3	"Las actividades profesionales de un ejecutivo de ventas".	II	6.0	Empresa elegida.
4	"Entrevista a ejecutivos de ventas".	III	5.0	Producto elegido.
5	" Investigación del proceso Administrativo"	IV	11.0	Empresa elegida.
6	"Prospectando"	V	6.0	Empresa elegida.
		TOTAL DE HORAS	36.0*	

*Nota: La asignación del total de horas de prácticas, considera la suma de las columnas de horas prácticas y de aprendizaje autónomo (TAA).

EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:

Es indispensable la aprobación de la práctica para la acreditación de la unidad de aprendizaje. Los porcentajes de acreditación que se darán a cada práctica son los siguientes:

- Práctica 1 10%
- Práctica 2 20%
- Práctica 3 50%
- Práctica 4 60%
- Práctica 5 30%
- Práctica 6 30%


 SECRETARÍA
 DE EDUCACIÓN PÚBLICA
 INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
 DIRECCIÓN
 DE EDUCACIÓN SUPERIOR

uy



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

HOJA: 9 DE 10

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

PERIODO	UNIDAD	
1	I y II	Evaluación formativa 100%
2	III y IV	Evaluación formativa 100%
3	V	Evaluación formativa 100%

Unidad I. 10% del total de la evaluación final
 Unidad II. 10% del total de la evaluación final
 Unidad III. 20% del total de la evaluación final
 Unidad IV. 20% del total de la evaluación final
 Unidad V. 40% del total de la evaluación final

Esta unidad de aprendizaje puede acreditarse por:

Evaluación de saberes previamente adquiridos al inicio del curso.

Cursarse en otras instituciones de educación superior nacionales o internacionales que tengan celebrado convenio académico con el IPN.

Movilidad en otras unidades académicas del IPN de acuerdo a su capacidad de atención.

Tránsito entre modalidades: Escolarizada y no escolarizada de acuerdo a la capacidad de atención.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Artal, M. (2013). <i>Dirección de ventas</i> . Madrid: ESIC ISBN 9788473569743.
2	X		EI, S. (2016). <i>Customer Experience: La poderosa clave para impulsar sus ventas</i> . México. Alfaomega. ISBN: 9786076226070
3	X		Ingram, T. (2016). <i>Vtas</i> . México: Cengage Learning. ISBN: 6075224610
4	X		Koontz, E. y Cannice. (2012). <i>Administración. Una perspectiva global y empresarial</i> . México: McGraw-Hill. ISBN 9786071507594
5	X		Lewicki, J. (2011). <i>Fundamentos de Negociación</i> . México: Mc Graw Hill. ISBN: 9786071507532.*
6	X		Llamas, J. (2012). <i>Estructura científica de la venta</i> . México: Limusa. ISBN: 9789681847425.
7	X		Martínez, P. <i>Aprender a Vender</i> . México: Porrúa. ISBN: 8449311276.
8	X		Thompson, H. (2015). <i>¿Quién se ha llevado a mi cliente?</i> México. Grupo Editorial Patria. ISBN: 9780134009698.
			CIBERGRAFÍA
9		X	www.marketingxxi.com . Consulta febrero 2017
10		X	www.estoesmarketing.net . Consulta febrero 2017
11		X	www.ideasparapymes.com . Consulta febrero 2017



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.C.A. SAN TOMÁS
DIRECCIÓN



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ly



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PERFIL DOCENTE POR UNIDAD DE APRENDIZAJE

1. DATOS GENERALES

UNIDAD ACADÉMICA: ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO y ADMINISTRACIÓN UNIDADES
SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales NIVEL: II

ÁREA DE FORMACIÓN:	Institucional	Científica Básica	Profesional	Terminal y de Integración
--------------------	---------------	--------------------------	-------------	---------------------------

ACADEMIA: Ventas y distribución UNIDAD DE APRENDIZAJE: Introducción a la venta

ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO: Licenciado en Relaciones Comerciales

2. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Desarrolla relaciones comerciales exitosas, con base en las características de productos y servicios en los mercados existentes

3. PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	COMPETENCIAS DOCENTES	ACTITUDES
En el área de ventas y comercialización, con un mínimo de 2 años de experiencia. Del modelo educativo institucional.	Experiencia de 5 años en la profesión y de 1 año mínimo en la docencia.	Facilidad de palabra. Buena dicción. Análisis de las actividades de ventas y comercialización. Construcción de relaciones comerciales. Aplicación del MEI	Responsabilidad. Puntualidad. Compromiso social. Tolerancia. Honestidad. Respeto.

ELABORÓ

M. en C. María del Carmen Laguna Espinosa

Lic. David Arturo Medina Salas

M. en F.D. Paloma Nieto Pineda

L.R.C. Jonathan Vivas Hinojosa
Presidentes de Academia de ventas y distribución de la ESCA Unidad Santo Tomás y Tepepan

REVISÓ

Dra. María Trinidad Cerecedo Mercado
Subdirectora Académica ESCA Santo Tomás

M. en C. Yesica María Domínguez Galicia
Subdirectora Académica de ESCA Tepepan.

AUTORIZÓ

CP Manuel Maganda de los Santos
Director de ESCA Santo Tomás

Dra. Silvia Galicia Villanueva
Directora de ESCA Tepepan



FECHA: 2017