



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



PROGRAMA SINTÉTICO

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

PROGRAMA ACADEMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de ventas

NIVEL: III

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Implementa las técnicas de venta en el desarrollo de la actividad de un ejecutivo del área comercial, a partir de la venta de productos y servicios de una organización.

CONTENIDOS:

- I. Comunicación, habilidad fundamental de la venta.
- II. Las técnicas de venta como herramienta en la actividad comercial
- III. Fases preparatoria y convictora
- IV. Fase persuasiva y decisoria.
- V. Post-venta

ORIENTACION DIDÁCTICA

La presente unidad de aprendizaje se abordará empleando la estrategia de aprendizaje método de casos. Los métodos en los que el docente se apoyará serán: analítico y heurístico; el alumno empleará las técnicas de organizadores gráficos (mapa conceptual, cuadros comparativos, plenaria, simulación) y lecturas.

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
E.S.C.A. TEPEPAN
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.C.A. SANTO TOMÁS Y TEPEPAN
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



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, UNIDADES SANTO TOMÁS Y TEPEPAN

PROGRAMA ACADÉMICO: Licenciatura en Relaciones Comerciales

ÁREA DE FORMACIÓN: Terminal y de integración

MODALIDAD: Escolarizada y no escolarizada.

UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de Venta

TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE: Teórico-Práctica. Obligatoria

VIGENCIA: 2017

NIVEL: III

CRÉDITOS: 8.0 Tepic 5.2 SATCA

INTENCIÓN EDUCATIVA

Esta unidad de aprendizaje le proporciona al perfil de egreso los conocimientos y habilidades para la aplicación de técnicas de venta en el desarrollo de la actividad de un ejecutivo del área comercial, a partir de la venta de productos y servicios de una organización, mediante la aplicación de las funciones de la comunicación en la actividad comercial, la aplicación de técnicas de venta desarrollando habilidades en un ejecutivo de ventas, aplicando los pasos de presentación-atención e interés-convicción, deseo-resolución y cierre de la técnica PRAINCODERECL y la aplicación de la técnica de post-venta.

Esta unidad de aprendizaje se relaciona horizontalmente con: Venta especializada con el área terminal y de integración: Administración de productos y servicios y Taller de desarrollo de negocios; y verticalmente con: Introducción a la venta, Relaciones públicas, Comportamiento del consumidor, Administración de ventas y Taller de desarrollo de negocios administración de ventas y Taller de desarrollo de negocios

PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

TIEMPOS ASIGNADOS

HORAS TEORÍA/SEMANA: 3.0

HORAS PRÁCTICA/SEMANA: 2.0

HORAS TEORÍA/SEMESTRE: 54.0

HORAS PRÁCTICA/SEMESTRE: 36.0

HORAS TOTALES/SEMESTRE: 90.0

UNIDAD DE APRENDIZAJE ACTUALIZADA POR: Academia 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

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

C.P. Manelic 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





INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de venta HOJA: 3 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: I NOMBRE: Comunicación, habilidad fundamental de la venta

UNIDAD DE COMPETENCIA

Programa las funciones de la comunicación en la actividad comercial, a partir de una transacción.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
1.1	La comunicación.	3.0	2.0	2.0	7B, 1B y 6B.
1.1.1	Técnicas y habilidades de comunicación para el ejecutivo de ventas.				
1.2	Principios básicos en el ejecutivo de ventas.	3.0			
1.3	Métodos de la comunicación.				
1.3.1	Verbales: Emisión de mensajes claros y breves, rapidez de expresión, modulación de la voz y escrita, la importancia de la ortografía.			2.0	
1.3.2	No verbales: Los movimientos corporales: cara, manos, brazos y piernas.				
1.4	Barreras de comunicación entre el ejecutivo de ventas y el prospecto.	2.0			
1.5	Inteligencia emocional.	3.0		1.0	
1.5.1	Asertividad				
1.5.2	Comunicación emocional				
1.5.3	Comunicación verbal				
1.5.4	Comunicación no verbal				
1.6	La comunicación en dos sentidos.	1.0			
1.7	El saber escuchar para poder sugerir.	1.0			
Subtotal:		13.0	2.0	5.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Encuadre del curso
 Elaboración de un mapa conceptual sobre las barreras de la comunicación.
 Elaboración del caso práctico 1 por equipo sobre "La comunicación en el área de ventas", donde resolverán una problemática del área de ventas, con referencia a la comunicación con el prospecto para desarrollar habilidades verbales y no verbales de comunicación.
 Realización de la lectura individual de los capítulos 1, 2 y 3 del libro "Vendedores perros"

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:
 Evaluación diagnóstica
 Mapa conceptual 10%
 Reporte escrito caso práctico No. 1 40%
 Exposición del caso 20%
 Exposición de las conclusiones del caso práctico No. 1 20%
 Análisis de la lectura 10%
 Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.A. SANTO TOMAS
DIRECCIÓN



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de venta

HOJA: 4 DE 10

Nº UNIDAD TEMÁTICA: II NOMBRE: Las técnicas de venta como herramientas en la actividad comercial

UNIDAD DE COMPETENCIA

Emplea distintas técnicas de venta desarrollando habilidades en un ejecutivo de ventas, a partir de un prospecto.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
2.1	Tipo de vendedor según su personalidad Diferentes técnicas de venta. Pre-venta: pre-contacto (prospecto), el contacto, el acercamiento, de cumplido, de beneficio, de pregunta, de referencia, de ventaja.	2.0		2.0	6B, 3B y 10C.
2.2	Definición de técnica	5.0	2.0	4.0	
2.2.1	Técnica de Pre contacto				
2.2.2	Técnicas de venta aplicada en el PRAINCODERECI.				
2.2.3	Técnicas de venta AIDA.				
2.2.4	Técnica de venta SPIN				
2.2.5	Técnica de venta RAIN				
2.3	La pos-venta	3.0			
Subtotal:		10.0	2.0	6.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Elaboración de un cuadro comparativo de las diferentes técnicas de venta.

Realización de práctica 2, "Clínica de ventas" en forma colaborativa. Donde se estructurará un proceso de venta con base en alguna técnica de ventas.

Realización de lectura individual de los capítulos 4, 5, y 6 del libro de "Vendedores perros"

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:

Cuadro comparativo	10%
Reporte escrito de la práctica 2	40%
Exposición de la práctica No. 2.	40%
Análisis de la lectura	10%
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: Técnicas y habilidades de venta

HOJA: 5 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: III NOMBRE: Fases preparatoria y convictora

UNIDAD DE COMPETENCIA

Desarrolla los pasos de presentación-atención e interés- convicción de la técnica PRAINCODERECI, de acuerdo con el desarrollo, seguridad, atención y persuasión del cliente.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
3.1	La presentación.	3.0	1.0	2.0	7B, 9C, 6B
3.1.1	Características de una presentación convincente.				
3.1.2	La personalidad del prospecto y la empatía.				
3.1.3	La entrevista.				
3.1.4	Cómo dar una buena impresión.				
3.1.5	Presentación de la propuesta.				
3.2	La atención.	3.0		2.0	
3.2.1	Factores de los que depende la atención.				
3.2.2	Leyes aplicadas a la atención.				
3.2.3	La atención y su desarrollo en la entrevista				
3.3	El interés.	3.0		2.0	
3.3.1	Aspectos psicológicos.				
3.3.2	El interés y la entrevista.				
3.4	La convicción.	2.0			
3.4.1	La demostración.				
3.4.2	Modelos, muestras y obsequios.				
3.4.3	Catálogos y folletos.				
3.4.4	Testimonios.				
3.4.5	Normas a manejar en la demostración				
	Subtotal:	11.0	1.0	6.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Elaboración de un diagrama de flujo sobre el proceso del PRAINCODERECI.

Resolución de la práctica 3 en equipos, sobre "Fase preparatoria y convictora". En la que deberán desarrollar las habilidades necesarias para convencer y concretar el proceso de ventas.

Realización de lectura individual de los capítulos 7, 8, y 9 del libro "Vendedores perros"

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:

Diagrama de flujo

10%

Reporte de resultados de la práctica No. 3

50%

Exposición del caso práctico

30%

Análisis de la lectura

10%

Con apoyo de las rúbricas de evaluación, autoevaluación y coevaluación



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Σ



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de venta HOJA: 6 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: IV NOMBRE: Fases persuasiva y decisoria.

UNIDAD DE COMPETENCIA

Desarrolla los pasos de Deseo-Resolución y Cierre de la Técnica PRAINCODERECI, de acuerdo con el desarrollo, seguridad, atención y persuasión del cliente.

No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
4.1	El deseo.	3.0	1.0	2.0	7B, 1B, 6B.
4.1.1	Reglas en el desarrollo del deseo.				
4.1.2	La motivación.				
4.1.3	Manejo de los resortes de ventas: fisiológicos, conscientes y lúdicos o sociales.				
4.2	La resolución.	2.0		2.0	
4.2.1	Las Objeciones: Relacionadas con la necesidad, con el producto, con la fuente, con el precio y con el tiempo.				
4.2.2	Técnicas para el manejo de objeciones: método de la respuesta directa, método de la compensación, método del boomerang, método dejar-pasar, método de responder, método del telescopio, método de la neutralización.	2.0			
4.3	El cierre.	3.0		3.0	
4.4	La Importancia del cierre de ventas.				
4.5	Situaciones que se presentan durante el cierre.				
4.6	Reglas a utilizar en el cierre de ventas.				
4.7	Técnicas utilizadas en el cierre de ventas.				
4.8	Presuntiva.	2.0			
4.9	Situación de la acción física, de la eventualidad, de la sesión, del detalle secundario, del resumen, de la última objeción.				
	Subtotal:	12.0	1.0	7.0	

ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

Resolución de la práctica 4 en equipos, sobre "Fase de deseo-resolución y el cierre". En la que se desarrollan habilidades para convencer y concretar el proceso de ventas.

Realización de lectura individual de los capítulos 7, 8, y 9 del libro de "Vendedores perros"

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Portafolio de evidencias:

Reporte de resultados de la práctica 4 40%

Exposición del caso práctico 40%

Análisis de lectura 20%

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: Técnicas y habilidades de venta

HOJA: 7 DE 10

N° UNIDAD TEMÁTICA: V		NOMBRE: Post-venta			
UNIDAD DE COMPETENCIA					
Emplea la técnica de post-venta, a partir del fortalecimiento entre las relaciones comerciales de la organización y el cliente otorgando un valor agregado.					
No.	CONTENIDOS	HORAS AD Actividades de docencia		HORAS TAA Actividades de Aprendizaje Autónomo	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
		T	P		
5.1.1	Los Servicios de post-venta.	1.0	1.0	2.0	7B, 1B, 11C.
5.1.2	El valor de los clientes.	1.0			
5.1.3	Seguimiento del proceso comercial	2.0		2.0	
5.1.4	Aseguramiento del correcto uso inicial del producto.				
5.1.5	Visitas personales.				
5.1.6	Llamadas telefónicas de seguimiento.				
5.1.7	Telemarketing.	2.0			
5.2	Conferencias por internet.	2.0		1.0	
	Manejo y seguimiento de las quejas del cliente.	2.0			
Subtotal:		8.0	1.0	5.0	
ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE					
Elaboración por equipo de la práctica No. 5: "Post-venta". En la que desarrollarán las habilidades necesarias para dar al prospecto seguimiento, servicio y mantenimiento.					
Elaboración colaborativa de la clínica de ventas basado en el caso de una empresa real.					
Lectura individual de los capítulos 13, 14 y 15 del libro "Vendedores perros"					
EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES					
Reporte de resultados de la práctica No. 5					30%
Exposición del caso práctico					20%
Presentación de la clínica de ventas					30%
Análisis de lectura					20%



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
E.S.C.A. SANTO TOMÁS
DIRECCIÓN



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



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de venta HOJA: 8 DE 10

RELACIÓN DE PRÁCTICAS

PRÁCTICA No.	NOMBRE DE LA PRÁCTICA	UNIDADES TEMÁTICAS	DURACIÓN	LUGAR DE REALIZACIÓN
1	"La comunicación en el área de ventas".	I	7.0	Aula de clase.
2	"Clínica de ventas"	II	7.0	Aula de clase.
3	"Fase preparatoria y convictora."	III	7.0	Empresa elegida y aula de clase.
4	"Fase de deseo-resolución y el cierre"	IV	7.0	Empresa elegida y aula de clase.
5	"Post-venta".	V	8.0	Empresa elegida y aula de clase.
TOTAL DE HORAS			36.0*	

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 No. 1: 40%
- Práctica No. 2: 40%
- Práctica No. 3: 50%
- Práctica No. 4: 40%
- Práctica No. 5: 30%

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



SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN
DE EDUCACIÓN SUPERIOR



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

SECRETARÍA ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR



UNIDAD DE APRENDIZAJE: Técnicas y habilidades de 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	IV	Evaluación formativa 100%

Unidad I. 10% del total de la evaluación final

Unidad II. 30% 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. 20% del total de la evaluación final

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.

CLAVE	B	C	BIBLIOGRAFÍA
1	X		Artal, M. (2013). <i>Dirección de ventas</i> . Madrid: ESIC ISBN 9788473569743.
2	X		Barton, W. (2005). <i>Ventas, construyendo sociedades</i> . México: Mc Graw Hill. ISBN: 0072549289.
4		X	El Kutby, S. (2016). <i>Cuatomer Experience: La poderosa clave para impulsar sus ventas</i> . México. Alfaomega. ISBN: 9786076226070
5		X	Ingram, T. (2016). <i>Vtas</i> . México: Cengage Learning. ISBN: 6075224610
6	X		Johnston, W. (2004). <i>Administración de ventas</i> México: Mc Graw Hill. ISBN: 970103970X.
7	X		
8	X		Koontz, E. y Cannice. (2012). <i>Administración. Una perspectiva global y empresarial</i> . México: McGraw-Hill. ISBN 9786071507594
9	X		Lewicki, J. (2011). <i>Fundamentos de Negociación</i> . México: Mc Graw Hill. ISBN: 9786071507532.
10		X	Llamas, J. (2012). <i>Estructura científica de la venta</i> . México: Limusa. ISBN: 9789681847425.
11	X		Martínez, P. <i>Aprender a Vender</i> . México: Porrúa. ISBN: 8449311276.
12		X	Thompson, H. (2015). <i>¿Quién se ha llevado a mi cliente?</i> . México. Grupo Editorial Patria. ISBN: 9780134009698.
13		X	Páginas WEB:
14		X	www.marketingxxi.com Consultadas febrero 2017
		X	www.estoesmarketing.net Consultadas febrero 2017
		X	www.ideasparapymes.com Consultadas febrero 2017

SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN PÚBLICA
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
DIRECCIÓN
DE EDUCACIÓN SUPERIOR



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:** III

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

ACADEMIA: Ventas y distribución **UNIDAD DE APRENDIZAJE:** Técnicas y habilidades de venta

ESPECIALIDAD Y NIVEL ACADÉMICO REQUERIDO: Licenciado en Relaciones Comerciales

2. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:

Implementa las técnicas de venta en el desarrollo de la actividad de un ejecutivo del área comercial, a partir de la venta de productos y servicios de una organización.

3. PERFIL DOCENTE:

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA PROFESIONAL	COMPETENCIAS DOCENTES	ACTITUDES
En el área de ventas y comercialización con un mínimo de 5 años de experiencia. A nivel de especialidad o maestría. Del Modelo Educativo del I.P.N.	Experiencia de 5 años en la profesión y de 1 año mínimo en la docencia.	Facilidad de palabra. Buena dicción. Liderazgo. Análisis. Manejo de grupos. Manejo de estrategias didácticas. Construcción de relaciones comerciales.	Honestidad. Responsabilidad. Puntualidad. Dinamismo. Compromiso social. Tolerancia. Entusiasta. Respeto. Para la docencia Sentido de pertenencia.

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

M. en C. Marelis Maganda de los Santos
Director de ESCA Santo Tomás

Dra. Silvia Galicia Villanueva
Directora de ESCA Tepepan

FECHA: 2017