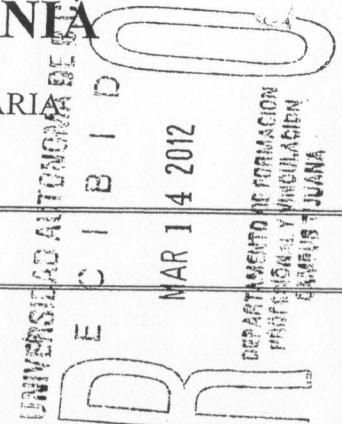


**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA  
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA  
**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA**



**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:**

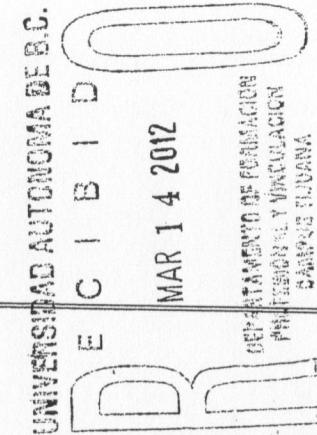
**HT:02**

**HPC:**

**HCL:**

**HE:02**

**CR:06**



### Firmas Homologadas

Fecha de elaboración  
22 de Noviembre de 2011

Formuló:

Lic. Beatriz Montejano Gutiérrez

Mtra. Edith Martín 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.

**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**

- 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.

**Duración 16 hrs**

**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**

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

**Duración 16 hrs.**

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1.	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.	Lectura de bibliografía recomendada y discusión en clase.	Libros, revistas, etc.	5 horas
2	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.	Revisión de plan de trabajo de la empresa y direccionar con diagramas la orientación de fuerza de venta.	Documentos de empresa ejemplo.	7 horas

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

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

## **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 %
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## 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.

