

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE OAXACA  
INSTITUTO ESTATAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA DE OAXACA  
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR**

**PYPE-01**

**1.- IDENTIFICACIÓN:**

ESCUELA: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA	ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓN DE MERCADOS I
CLAVE: 5072	GRADO: SUPERIOR SEMESTRE: SEPTIMO
TIPO ASIGNATURA: TEÓRICA	ANTECEDENTE CURRICULAR:

**2.- OBJETIVO GENERAL:**

Al finalizar el curso el alumno conocerá y aplicará los principales conceptos, herramientas e instrumentos de la administración de ventas, al diseño, operación y evaluación de una estrategia para la comercialización de bienes en un mercado perfectamente definido.



**3.- UNIDADES:**

1. Porqué compra la gente
2. Venta estratégica: elementos básicos
3. El proceso de ventas
4. La administración de ventas y política de ventas
5. Organización para vender

**4. HORA SEMANA  
HORA SEMESTRE  
CREDITOS**

TEORIA	PRACTICA	TOTAL
5		5
80		80
		10



## 5.- CONCENTRADO POR UNIDAD:

UNIDADES	CARGA POR UNIDAD EN HORAS			OBJETIVOS POR UNIDAD
	TEORIA	PRACTICA	TOTAL	
1. Porqué compra la gente?	13		13	El alumno comprenderá los conceptos básicos del proceso de compras, las variables socioeconómicas y el proceso de toma de decisiones.
2. Venta estratégica: elementos básicos	12		12	El alumno comprenderá todos los elementos que se deben tomar en cuenta para lograr una optima administración de ventas
3. El proceso de ventas	16		16	El alumno comprenderá la importancia de el proceso de ventas recuperando elementos de la sicología y sociología así como la importancia de la planeación.
4. La administración de ventas y política de ventas	23		23	El alumno conocerá las características de los diferentes tipos de marcas, así como las leyes que intervienen en la regulación de las operaciones de compra-venta.
5. Organización para vender	16		16	El alumno conocerá las diferentes orientaciones que se pueden tener al planear las ventas
Total	80		80	






## 6.- PROGRAMA DE ESTUDIOS:

UNIDAD 1: PORQUÉ COMPRA LA GENTE				
TEMA	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TÉCNICAS	APOYOS DIDÁCTICOS
1.1. Las necesidades y la demanda 1.1.1. Determinantes en las necesidades 1.2. Los condicionantes de la compra	3	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos.	material bibliografico y hemerográfico
1.2. Los condicionantes de la compra	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
1.3. La influencia de los grupos de entorno	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
1.4. El mundo individual de compra 1.4.1. El nivel socioeconómico 1.4.2. El proceso de adopción	3	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
1.5. Los juicios de decisión	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
Estudios de caso (aplicación práctica)	3	Análisis de casos y ejemplos prácticos		
Se contempla la realización de el primer examen parcial	1	Examen		





UNIDAD 2: VENTA ESTRATÉGICA: ELEMENTOS BÁSICOS				
TEMA	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TÉCNICAS	APOYOS DIDÁCTICOS
2.1. Influencias compradoras	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
2.2. Nivel de receptividad del comprador	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
2.3. Los cuatro modos de respuesta	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
2.4. Estrategias y tácticas para llegar al comprador económico 2.4.1 La llave para llegar a las demás influencias compradoras.	3	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	MATERIAL BIBLIOGRAFICO Y HEMEROGRÁFICO
Estudios de caso (aplicación practica)	3	Análisis de casos y ejemplos prácticos		
Se realizará el segundo examen parcial	1	Examen		

  
 IMPRONTA DE LA UNIV. DE LA MIXTECA  
 64200  
 FIRMA DE CARRERA  
 LICENCIATURA EN CIENCIAS  
 EMPRESARIALES



### UNIDAD 3: EL PROCESO DE VENTAS

TEMA	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TÉCNICAS	APOYOS DIDÁCTICOS
3.1. La venta tradicional y el enfoque conceptual	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
3.2. Qué es la planificación táctica ?	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
3.3. Importancia principios y resultados	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
3.4. Estrategias de la venta	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Ejercicio de simulación de venta y exposición por parte de el profesor	material bibliografico y hemerográfico
3.5. Fundamentos psicológicos	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Ejercicio de simulación en clase	material bibliografico y hemerográfico
3.6. Asistencia de la sociología	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Ejercicio de simulación en clase	material bibliografico y hemerográfico
3.7. Las respuestas y las actitudes	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Ejercicio de simulación en clase	material bibliografico y hemerográfico
3.8. La necesidad de la información y el valor de la planeación	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
Estudio de caso (aplicación practica)	3	Análisis de casos y ejemplos prácticos		
Tercer examen parcial	1	Examen		





TEMA 4: LA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Y POLÍTICA DE VENTAS	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TECNICAS	APOYOS DIDACTICOS
4.1. Oportunidad de la administración de ventas	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico a partir de este segundo tema, el apoyo didáctico más importante será la visita a la empresa marinela o coca-cola que se propuso para conocer en la práctica un ejemplo real de la forma de llevar a cabo todo el proceso de pre venta, venta y seguimiento de los clientes.
4.2. Funciones de la administración de ventas: políticas, planes, reclutamiento, entrenamiento, comisiones, presupuestos, territorios, cuotas, pronósticos, políticas de precios, relaciones con clientes, investigación de mercados, planeación del producto, propaganda, promoción de ventas, publicidad, relaciones con empleados.	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.3 El administrador de ventas: requisitos, responsabilidades, características y tareas.	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición por parte de el profesor, análisis de la lectura correspondiente y revisión de los requisitos solicitados en el mercado de trabajo para quien va a ocupar el puesto de administrador de ventas.	material bibliografico y hemerográfico
4.4 Los programas de instrucción y entrenamiento en las ventas: necesidades y etapas	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Análisis de la lectura correspondiente y revisión de el caso de los vendedores de productos calvin klein	material bibliografico y hemerográfico
4.5.1 Posición y penetración de mercado 4.5.2 Análisis de la competencia 4.5.3 La eficiencia de la manufactura 4.5.4 Análisis de productos y servicios de la compañía 4.5.5 Políticas de recursos y coordinación de departamentos 4.5.6 La posición de mercado 4.5.7 Propaganda, publicidad y promoción de ventas	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico	Exposición por parte de el profesor, análisis de la lectura correspondiente y análisis de un caso práctico, el caso de la empresa editorial "segunda mano"	material bibliografico y hemerográfico





4.6 Trazar la organización de las ventas en una compañía	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Ejercicio práctico	material bibliografico y hemerográfico
4.7 Política de ventas	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.7.1 Areas de dominio				
4.8. La marca registrada: ventajas y desventajas	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.8.1 Marcas nacionales y distribuidores de marcas				
4.9.El empaquetado y el embalaje	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.9.1 Requisitos del empaquetado				
4.10. Canales de venta, distribución exclusiva, licencias, concesiones y franquicias, distribución directa	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.11 El contrato de ventas: especificaciones y requisitos	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.12. Establecimiento de una política de precios	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.12.1 Penetración y posicionamiento del mercado a partir del precio				
4.12.2 Determinación del precio competitivo: factores internos, factores externos				
4.13. métodos de cotización: decisiones y análisis del valor	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.14 La oficina de soporte: la gerencia de servicio				
4.12.1 Estrategia de servicio, reposición y reparación, devolución de productos y cancelaciones				
4.15. Las leyes de protección al consumidor	2	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	material bibliografico y hemerográfico
4.15.1 Leyes sobre contratos de compra-venta				
4.15.2 La norma oficial mexicana				
Estudio de caso	3	Análisis de casos y ejemplos prácticos		
Examen	1	Examen		





# UNIDAD 5: ORGANIZACIÓN PARA VENDER

TEMA	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TÉCNICAS	APOYOS DIDÁCTICOS
TEMA	HORAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	TÉCNICAS	APOYOS DIDÁCTICOS
5.1 Tipos de organización 5.1.1 Análisis del tipo de producto que la empresa vende o bien el servicio que ofrece. 5.1.2 Orientación al producto 5.1.2 Orientación al consumidor 5.1.3 Orientación horizontal: mercadotecnia, finanzas, contabilidad, servicio 5.1.4 Orientación vertical: gerente general, regional, divisional, de área, de sucursal, de servicio, asistentes técnicos, personal de oficina y vendedores	4	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	Material bibliográfico y hemerográfico
5.2 División territorial del mercado 5.2.1. Determinación de las características de los clientes reales y potenciales. 5.2.2. Identificación de las variables importantes que podrían modificar la demanda	3	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	Material bibliográfico y hemerográfico
5.3 Equipos e infraestructura para el desarrollo de ventas 5.3.1 Realización del pronóstico de ventas 5.3.1 Desglose de las mercancías que se necesiten para cubrir el volumen estimado de ventas 5.3.2 Herramientas del vendedor	4	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	Material bibliográfico y hemerográfico
5.4. El departamento de ventas 5.5. Herramientas del vendedor	1	Lectura y análisis de material bibliográfico y hemerográfico y el uso de internet	Exposición del tema y discusión de preguntas y ejemplos	Material bibliográfico y hemerográfico
Estudio de caso	3	Análisis de casos y ejemplos prácticos		
Examen final	1	Examen		





**7.- APOYO BIBLIOGRÁFICO:****TEXTOS BÁSICOS:**

Earls, Gerard y Patrick Forsyth, "Mercadeo en Acción", Ediciones Ventura, México, D.F., 1991  
Miller, Robert B. y Stephen E. Heiman, "La Venta Conceptual", Editorial Grijalbo, México, D.F., 1997.  
Miller, Robert B. Y Stephen E. Heiman, "La Venta Estratégica", Editorial Grijalbo, México, D.F., 1996  
Schiffman, "El Comportamiento del consumidor" Prentice may Hispanoamericana, 1996  
Fenton, Jhon, "Como vender en un mercado competitivo", 1986  
Jonson, Eugene M., "Administración de Ventas: Conceptos, Prácticas y Casos", 1996

**TEXTOS DE CONSULTA:**

Mandino, OG, "El Secreto más grande del mundo"  
Mandino, OG, "El Vendedor más grande del Mundo"  
Tassinari, Hector, "El Arte de Cerrar una Venta"  
La Revista del Consumidor

**CONSULTA DE DIVERSOS ARTÍCULOS DE LAS REVISTAS:**

PC MAGAZINE  
BUSINESS WEEK  
ADMINISTRATE HOY  
EXPANSIÓN  
ENTREPRENEUR Y OTRAS.





## 8.- EVALUACIÓN:

La evaluación se llevará a cabo tomando en cuenta la adquisición de conocimientos por parte de el alumno a partir de exámenes, pero también se evaluarán sus capacidades para poner en practica los conocimientos adquiridos, esto será posible mediante la evaluación de sus trabajos prácticos.

