

Curso: Administración de Ventas		Horas aula: 2
Clave: 041CP002		Horas virtuales: 2
Antecedentes:		Horas laboratorio: 0 Horas independientes: 2
Competencia del área: Determinar procesos de importaciones y exportaciones, mediante estrategias de gestión empresarial, de manera innovadora, con enfoque a resultados y a la calidad, con la finalidad de promover las relaciones comerciales que contribuyan al éxito de las organizaciones en el comercio exterior, aplicando la legislación nacional de comercio exterior, con profesionalismo y responsabilidad social.	Competencia del curso: Proponer estrategias de venta a una organización, con el fin de generar beneficios cuantitativos y cualitativos, basados en el conocimiento pleno de la administración de ventas y en los objetivos específicos de la empresa, mediante el análisis de mercados, la solución de problemas y la generación de aprendizaje continuo.	
Elementos de competencia:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los conceptos básicos que integran a la administración de ventas en compañías nacionales e internacionales, con la finalidad de diseñar la organización y el desarrollo de la fuerza de ventas, atendiendo las necesidades de cada empresa, mediante el trabajo en equipo y el aprendizaje. 2. Construir las estrategias de administración, dirección y desarrollo del talento de la fuerza de ventas de las compañías nacionales e internacionales, para obtener ventajas significativas frente a la competencia, atendiendo las necesidades y situaciones particulares de cada organización, mediante la solución de problemas y el enfoque de la calidad. 3. Diseñar las herramientas de control y de la evaluación del desempeño de la fuerza de ventas en las compañías nacionales e internacionales para el análisis de indicadores de gestión, atendiendo las necesidades y la rentabilidad en el área de ventas, mediante el trabajo en equipo y el pensamiento estratégico. 		
Perfil del docente:		
Licenciado en administración, mercadotecnia, comercio y/o negocios o carrera afín, preferentemente con grado de Maestría en Administración, Mercadotecnia, Comercio y/o Negocios Internacionales, con experiencia laboral en ventas, académica o docente comprobada a nivel superior, en la competencia del área y en cada uno de los elementos de que integran la competencia de la asignatura. Dominio de tecnologías de acuerdo con los requerimientos de la asignatura aplicadas a las ventas. Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo, con actitud de cambio a las innovaciones pedagógicas. Construye ambientes propicios para el aprendizaje autónomo y colaborativo.		
Elaboró: FLOR ELENA REYES LOMELI		

	Febrero 2022
Revisó: MTRA. MARÍA CONSUELO CRUZ MENDÍVIL	Junio 2022
Última actualización:	
Autorizó: Coordinación de Procesos Educativos	

Elemento de competencia 1: Identificar los conceptos básicos que integran a la administración de ventas en compañías nacionales e internacionales, con la finalidad de diseñar la organización y el desarrollo de la fuerza de ventas, atendiendo las necesidades de cada empresa, mediante el trabajo en equipo y el aprendizaje.

Competencias blandas a promover: Trabajo en equipo y aprendizaje

EC1 Fase I: Introducción a la administración de ventas

Contenido: Diseño de la estrategia y estructura de la fuerza de ventas; administración de relaciones con el cliente y desarrollo de sociedades y administración de la ética en un entorno de ventas.

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 1: Mapa conceptual de la estrategia y la estructura de la fuerza de ventas

Elaborar de forma individual un mapa conceptual sobre diseño de la estrategia y la estructura de la fuerza de ventas, estableciendo los conceptos básicos relacionados con el tema, revisar de forma virtual la literatura complementaria al libro de consulta, puede tratarse de páginas de internet, blogs o incluso videos.

Presentar el mapa conceptual en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.

2 hrs. Aula
2 hrs. Virtuales

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

Cantera, F. (2016). [Una vida en venta](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Mapa Conceptual](#)

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 2: Cuadro sinóptico de la administración de relaciones con el cliente

Realizar en equipos de dos integrantes un cuadro sinóptico acerca de la administración de relaciones con el cliente, así como del desarrollo de sociedades, estableciendo los elementos fundamentales que los integran, para lo cual deberán investigar de forma virtual e independiente los aspectos relacionados con el tema para ampliar su criterio y conocimiento acerca del mismo.

Presentar en el aula para discutirlo con el grupo y brindar la retroalimentación pertinente.

3 hrs. Aula
1 hr. Virtual
1 hr. Independiente

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual () Equipo (X)
Independientes (X)

Recursos:

Navarro, M. y Fernández, M. (2014). [Sistemas de gestión de relaciones con clientes en las empresas \(CRM\)](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Cuadro Sinóptico](#)

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 3: Ensayo de la ética en el entorno de ventas

Realizar de forma individual un ensayo sobre la ética en un entorno de ventas, cumpliendo con una estructura básica que incluya: Introducción, desarrollo y conclusión, Investigar de forma virtual

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes (X)

Recursos:

<p>e independiente los aspectos relacionados con el tema, tomar apuntes en la clase impartida en el aula sobre los puntos más relevantes que debe llevar la actividad.</p> <p>2 hrs. Aula 2 hrs. Virtuales 2 hrs. Independientes</p>	<p>Torres, V. (2015). Administración en ventas</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Ensayo</p>
<p>EC1 Fase II: Organización y desarrollo de la fuerza de ventas</p> <p>Contenido: Pronósticos y presupuestos de venta; Proceso de ventas; Ventas mediante herramientas en línea, móviles y social media; Ventas a crédito y Planeación y organización de la fuerza de ventas.</p>	
<p>EC1 F2 Actividad de aprendizaje 4: Ejercicios de pronósticos y presupuestos de ventas</p> <p>Resolver, de forma individual ejercicios relacionados con los pronósticos y los presupuestos de ventas aplicables a empresas de la localidad, con base en los apuntes de clase durante la sesión grupal en el aula. Para ello, es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ver vídeos y tutoriales acerca de la elaboración de pronósticos y presupuestos de venta para que quede más clara la explicación del tema. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>Comentar en el aula para verificar los resultados y el procedimiento con el grupo y brindar la retroalimentación pertinente.</p> <p>3 hrs. Aula 2 hrs. Virtuales</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos: Moreno, T. (2019). El pronóstico de ventas en los negocios: modelos y aplicaciones</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Solución de Ejercicios</p>
<p>EC1 F2 Actividad de aprendizaje 5: Mapa Mental del proceso y tipos de venta.</p> <p>Elaborar, de forma individual un mapa mental acerca del proceso de venta, así como de las ventas a crédito y mediante herramientas en línea, móviles y social media, que incluya la información más relevante planteada de forma concreta, solamente ideas principales e imágenes ilustrativas para cada concepto, con base en los apuntes de clase durante la sesión grupal en el aula. Para ello, es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar de forma virtual e independiente los aspectos relacionados con el tema • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF 	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes (X)</p> <p>Recursos: Torres, V. (2015). Administración en Ventas . Cap. 5</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Mapa Mental</p>

<p>2 hrs. Aula 1 hr. Virtual 1 hr. Independiente</p>	
<p>EC1 F2 Actividad de aprendizaje 6: Organizador Gráfico de la planeación y organización de la fuerza de ventas</p> <p>Realizar de forma individual un organizador gráfico sobre la planeación y organización de la fuerza de ventas, que incluya el reclutamiento, la selección, la capacitación y la gestión. Es importante que destaquen las flechas o líneas de enlace entre cada concepto presentado. Para ello, es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar de forma virtual e independiente aspectos relacionados con el tema. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>Presentar en el aula para discutirlo con el grupo y brindarle la retroalimentación pertinente.</p> <p>2 hrs. Aula 1 hr. Virtual 1 hr. Independiente</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes (X)</p> <p>Recursos: García Palomo, J. P. &García Gallego, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Organizador Gráfico</p>
<p>Evaluación formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mapa conceptual sobre el diseño de la estrategia y la estructura de la fuerza de ventas • Ensayo sobre la ética en un entorno de ventas • Ejercicios acerca de la elaboración de pronósticos y presupuestos de venta • Mapa mental acerca del proceso de ventas, así como de las ventas a crédito y mediante herramientas en línea, móviles y social media 	
<p>Fuentes de información</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cantera, F. (2016). Una vida en venta. España: Bubok Publishing S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/51241 2. García, J. y García, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales. España: RA-MA Editorial. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/105629 3. Moreno, T. (2019). El pronóstico de ventas en los negocios: modelos y aplicaciones. Chile: RIL Editores. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/130781 4. Navarro, M. y Fernández, M. (2014). Sistemas de gestión de relaciones con clientes en las empresas (CRM). España: Editorial Universidad de Alcalá. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/42931 5. Torres, V. (2015). Administración en ventas. México: Grupo Editorial Patria. 1ª ed. https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/39394 	

Elemento de competencia 2: Construir las estrategias de administración, dirección y desarrollo del talento de la fuerza de ventas de las compañías nacionales e internacionales, para obtener ventajas significativas frente a la competencia, atendiendo las necesidades y situaciones particulares de cada organización, mediante la solución de problemas y el enfoque de la calidad.

Competencias blandas a promover: Solución de problemas y enfoque de calidad

EC2 Fase I: Administración y dirección de las actividades de la fuerza de ventas

Contenido: Motivación de la fuerza de ventas, estrategias de promoción de ventas y administración del tiempo y del territorio.

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 7: Avance 1 del proyecto sobre la motivación en la fuerza de ventas

Redactar en equipo de cinco integrantes el primer avance del proyecto que describa la motivación de la fuerza de ventas de una empresa de la región. Para ello, es necesario:

- Revisar de forma virtual e independiente distintas opciones de empresas de la región, para aplicar los conocimientos en un proyecto final.
- Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF

2 hrs. Virtuales
2 hrs. Independientes

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)
Independientes (X)

Recursos:

- Nota: Utilizar el libro como fuente de apoyo y consulta para la realización del proyecto final y sus respectivos avances.
- Torres, V. (2015). [Administración en ventas](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Presentación de Avances](#)

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 8: Cuadro comparativo de las estrategias de promoción de ventas

Elaborar en parejas un cuadro comparativo acerca de las estrategias de promoción de ventas, que incluya los aspectos más relevantes de cada una. Para ello, es necesario:

- Revisar de forma virtual e independiente la literatura complementaria al libro de consulta, puede tratarse de páginas de internet, blogs o incluso videos.
- Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF

Presentar el cuadro comparativo en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.

2 hrs. Aula
2 hrs. Virtuales
2 hrs. Independientes

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual () Equipo (X)
Independientes (X)

Recursos:

Soria Ibáñez, M. D. M. (2017). [Marketing y promoción en el punto de ventas](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Cuadro Comparativo](#)

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 9: Reporte de lectura de la administración del tiempo y del territorio

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual (X) Equipo ()

<p>Elaborar en forma individual un reporte de lectura sobre la administración del tiempo y del territorio, que incluya los aspectos más relevantes del tema, para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma virtual e independiente la lectura en el libro de consulta. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>Comentar el reporte en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.</p> <p>2 hrs. Aula 2 hrs. Virtuales 2 hrs. Independientes</p>	<p>Independientes (X)</p> <p>Recursos:</p> <p>Torres, V. (2015). Administración en ventas . Cap. 12</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Lectura Crítica</p>
<p>EC2 Fase II: Desarrollo del Talento de la fuerza de ventas</p> <p>Contenido: Talento, liderazgo y compensación en la fuerza de ventas, habilidades gerenciales y financieras del área de ventas.</p>	
<p>EC2 F2 Actividad de aprendizaje 10: Avance 2 del proyecto sobre el talento y liderazgo de la fuerza de ventas</p> <p>Elaborar en equipo de cinco integrantes el segundo avance del proyecto que describa la el talento y el liderazgo de la fuerza de ventas de una empresa de la región. para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma virtual e independiente casos de éxito relacionados con el tema. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>3 hrs. Virtuales 3 hrs. Independientes</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales (X) Laboratorio () Grupal () Individual () Equipo (X) Independientes (X)</p> <p>Recursos:</p> <p>Torres, V. (2015). Administración en Ventas</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Presentación de Avances</p>
<p>EC2 F2 Actividad de aprendizaje 11: Caso práctico de las habilidades gerenciales y financieras del área de ventas</p> <p>Resolver en equipo de tres integrantes el caso práctico del libro de consulta, dando solución al planteamiento dado, para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma virtual e independiente al menos un caso práctico distinto a los del libro de consulta. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>Presentar el caso práctico resuelto en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual () Equipo (X) Independientes (X)</p> <p>Recursos:</p> <p>García, J. y García, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Análisis de Casos</p>

<p>3 hrs. Aula 2 hrs. Virtuales 1 hr. Independiente</p>	
<p>EC2 F2 Actividad de aprendizaje 12: Ejercicios de compensación en la fuerza de ventas</p> <p>Resolver de forma individual ejercicios relacionados con la compensación en la fuerza de ventas, con base en los apuntes de clase durante la sesión grupal en el aula. para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ver vídeos y tutoriales acerca de compensación en la fuerza de ventas, para que quede más clara la explicación del tema. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>3 hrs. Aula 2 hrs. Virtuales 2 hrs. Independientes</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes (X)</p> <p>Recursos: Caballero Sánchez de Puerta, P. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Solución de Ejercicios</p>
<p>Evaluación formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avance 1 del proyecto acerca de la motivación en la fuerza de ventas • Cuadro comparativo de las estrategias de promoción de ventas • Caso práctico de las habilidades gerenciales y financieras del área de ventas • Ejercicios de compensación en la fuerza de ventas 	
<p>Fuentes de información</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Caballero, P. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales. España: Editorial CEP, S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/51034 2. Cantera, F. (2016). Una vida en venta. España: Bubok Publishing S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/51241 3. García, J. y García, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales. España: RA-MA Editorial. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/105629 4. Soria, M. (2017). Marketing y promoción en el punto de ventas. España: Editorial CEP, S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/51161 5. Torres, V. (2015). Administración en ventas. México: Grupo Editorial Patria. 1ª ed. https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/39394 	

Elemento de competencia 3: Diseñar las herramientas de control y de la evaluación del desempeño de la fuerza de ventas en las compañías nacionales e internacionales para el análisis de indicadores de gestión, atendiendo las necesidades y la rentabilidad en el área de ventas, mediante el trabajo en equipo y el pensamiento estratégico.

Competencias blandas a promover: Trabajo en equipo y pensamiento estratégico

EC3 Fase I: Control de la fuerza de ventas

Contenido: Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de las ventas.

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 13: Ejercicios del análisis del volumen de ventas

Resolver de forma individual ejercicios relacionados con el análisis del volumen de ventas, con base en los apuntes de clase durante la sesión grupal en el aula, para ello es necesario:

- Ver videos y tutoriales acerca de la solución de ejercicios, para que quede más clara la explicación del tema.
- Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF.

2 hrs. Aula
2 hrs. Virtuales
2 hrs. Independientes

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual (X) Equipo ()
Independientes (X)

Recursos:

Torres, V. (2015). [Administración en Ventas](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Solución de Ejercicios](#)

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 14: Caso práctico del análisis del volumen de costos

Resolver en equipo de tres integrantes de forma virtual e independiente un caso práctico proporcionado por el profesor.

Presentar el caso práctico resuelto en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.

2 hrs. Aula
2 hrs. Virtuales
2 hrs. Independientes

Tipo de actividad:

Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal (X) Individual () Equipo (X)
Independientes (X)

Recursos:

Caballero, P. (2016). [Gestión de ventas y de equipos comerciales](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Análisis de Casos](#)

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 15: Avance 3 del proyecto sobre el del análisis de rentabilidad de la fuerza de ventas

Elaborar en equipo de cinco integrantes el tercer avance del proyecto que describa la el talento de forma cualitativa la rentabilidad de la fuerza de ventas de una empresa de la región.

Incluir de forma cuantitativa las cifras y porcentajes representados en gráficas, para ello es necesario:

- Revisar de forma virtual e independiente casos de éxito relacionados con el tema.

Tipo de actividad:

Aula () Virtuales (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)
Independientes (X)

Recursos:

Torres, V. (2015). [Administración en Ventas](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica de [Presentación de Avances](#)

<ul style="list-style-type: none"> • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>2 hrs. Virtuales 2 hrs. Independientes</p>	
<p>EC3 Fase II: Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas</p> <p>Contenido: Desempeño de los vendedores y gerencia e indicadores de gestión en el área de ventas</p>	
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 16: Caso práctico del desempeño de la gerencia en la fuerza de ventas</p> <p>Resolver en equipo de tres integrantes el caso práctico del libro de consulta, dando solución al planteamiento dado, para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma virtual e independiente al menos un caso práctico distinto a los del libro de consulta. • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>Presentar el caso práctico resuelto en el aula para discutirlo con el grupo y poder brindarles la retroalimentación pertinente.</p> <p>2 hrs. Aula 1 hr. Virtual 2 hrs. Independientes</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Virtuales (X) Laboratorio () Grupal (X) Individual () Equipo (X) Independientes (X)</p> <p>Recursos: García, J. y García, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Análisis de casos</p>
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 17: Avance 4 del proyecto sobre el desempeño de la fuerza de ventas</p> <p>Elaborar en equipo de cinco integrantes el cuarto avance del proyecto que describa la medición del desempeño de la fuerza de ventas de una empresa de la región, señalando como se comportan sus vendedores, el gerente y cuales indicadores se utilizan para evaluarlo. para ello es necesario:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar de forma virtual e independiente casos de éxito relacionados con el tema • Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF <p>1 hr. Virtual 2 hrs. Independientes</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales (X) Laboratorio () Grupal () Individual () Equipo (X) Independientes (X)</p> <p>Recursos: Torres, V. (2015). Administración en Ventas</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad: Rúbrica de Presentación de Avances</p>
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 18: Proyecto sobre la fuerza de ventas de una empresa regional</p> <p>Elaborar en equipo de cinco integrantes la</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Virtuales () Laboratorio () Grupal () Individual () Equipo (X) Independientes (X)</p>

<p>estructura formal del documento (integración de los cuatro avances del proyecto), anexándole portada, introducción, resumen ejecutivo de al menos una página, las conclusiones y recomendaciones, así como las referencias consultadas en formato APA 7ª ed.</p> <p>Entregar a través de la plataforma educativa en archivo PDF</p> <p>3 hrs. Independientes</p>	<p>Recursos:</p> <p>Torres, V. (2015). Administración en Ventas</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica de Proyecto</p>
---	--

<p>Evaluación formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios del análisis del volumen de ventas • Caso práctico del análisis del volumen de costos • Avance 4 del proyecto sobre el desempeño de la fuerza de ventas • Proyecto sobre la fuerza de ventas de una empresa regional
--

<p>Fuentes de información</p>

<ol style="list-style-type: none"> 1. Caballero, P. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales. España: Editorial CEP, S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/51034 2. Cantera, F. (2016). Una vida en venta. España: Bubok Publishing S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/51241 3. García, J. y García, J. (2016). Gestión de ventas y de equipos comerciales. España: RA-MA Editorial. 1ª ed. https://elibro.net/es/ereader/ues/105629 4. Soria, M. (2017). Marketing y promoción en el punto de ventas. España: Editorial CEP, S.L. 1ª ed. https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/51161 5. Torres, V. (2015). Administración en ventas. México: Grupo Editorial Patria. 1ª ed. https://elibro.net/es/lc/ues/titulos/39394

Políticas	Metodología	Evaluación
<p>Para un adecuado desarrollo de las diversas actividades del curso las políticas serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los requerimientos de asistencia especificados en el Reglamento Escolar • Participar activamente en las sesiones presenciales • Cumplir cabalmente con la entrega de trabajos en cuanto a tiempo y forma • Participar en las actividades en equipo 	<p>Para un adecuado desarrollo del curso, la metodología que se aplicará, abarca los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilidad del estudiante gestionar los procedimientos necesarios para alcanzar el desarrollo de las competencias del curso. • El curso se desarrollará combinando sesiones presenciales y virtuales, así como prácticas presenciales en laboratorios, campos o a 	<p>La evaluación del curso se apegará a los lineamientos establecidos por la institución, comprendiendo los siguientes artículos:</p> <p>ARTÍCULO 27. La evaluación es el proceso que permite valorar el desarrollo de las competencias establecidas en las secuencias didácticas del plan de estudio del programa educativo correspondiente. Su metodología es integral y considera diversos tipos de evidencias de conocimiento, desempeño y producto por parte del alumno.</p> <p>ARTÍCULO 28. Las modalidades</p>

<ul style="list-style-type: none"> • En caso de plagio, el alumno no obtendrá la competencia en la evaluación correspondiente al trabajo 	<p>distancia en congruencia con la naturaleza de la asignatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos académicos escritos deberán ser entregados en formato PDF en la plataforma institucional. • Para el desarrollo de la materia el alumno deberá cumplir con los trabajos y prácticas solicitados en cada uno de los elementos de competencia, ya que cada elemento está relacionado con el avance progresivo del logro de la competencia. • En el primer elemento el docente hace una inducción al tema en general y el alumno, por medio de la investigación documental, profundizará en la gestión de su conocimiento. Al final del elemento deberá realizar las actividades respectivas. • Para el segundo elemento la explicación de los temas por parte del docente es fundamental por la importancia del tema, así mismo el estudiante deberá realizar las actividades requeridas para iniciar con su proyecto final. • Para el tercer elemento la explicación de los temas por parte del docente es de suma importancia importancia del tema, así mismo el estudiante deberá aplicar los conocimientos adquiridos en un proyecto final que expondrá al finalizar el curso en una presentación ejecutiva. 	<p>de evaluación en la Universidad son:</p> <ol style="list-style-type: none"> Diagnóstica permanente, entendiéndola como la evaluación continua del estudiante durante la realización de una o varias actividades; Formativa, siendo esta, la evaluación al alumno durante el desarrollo de cada elemento de competencia; y Sumativa es la evaluación general de todas y cada una de las actividades y evidencias de las secuencias didácticas. <p>Sólo los resultados de la evaluación sumativa tienen efectos de acreditación y serán reportados al departamento de registro y control escolar.</p> <p>ARTÍCULO 29. La evaluación sumativa será realizada tomando en consideración de manera conjunta y razonada, las evidencias del desarrollo de las competencias y los aspectos relacionados con las actitudes y valores logrados por el alumno. Para tener derecho a la evaluación sumativa de las asignaturas, el alumno deberá:</p> <ol style="list-style-type: none"> Cumplir con la evidencia de las actividades establecidas en las secuencias didácticas; Asistir como mínimo al 70% de las sesiones de clase impartidas. <p>ARTÍCULO 30. Los resultados de la evaluación expresarán el grado de dominio de las competencias, por lo que la escala de evaluación contemplará los niveles de:</p> <ol style="list-style-type: none"> Competente sobresaliente; Competente avanzado; Competente intermedio; Competente básico; y No aprobado. <p>El nivel mínimo para acreditar una asignatura será el de competente básico. Para fines de acreditación los</p>
---	---	--

niveles tendrán un equivalente numérico conforme a la siguiente:

- Competente sobresaliente 10
- Competente avanzado 9
- Competente intermedio 8
- Competente básico 7
- No aprobado 6

ARTÍCULO 31. Para lograr la acreditación de las competencias comprendidas en las secuencias didácticas de las asignaturas del programa educativo, el alumno dispondrá de los siguientes medios:

- I. La evaluación sumativa, mínimo 7, competente básico;
- II. La demostración de competencias previamente adquiridas;
- III. Por convalidación, revalidación o equivalencia.

ARTÍCULO 32. Los resultados de la evaluación sumativa serán dados a conocer a los alumnos, en un plazo no mayor de cinco días hábiles después de concluido el proceso.

ARTÍCULO 33. En caso de que el alumno considere que existe error u omisión en el registro de evaluación sumativa, podrá presentar solicitud por escrito ante el director de la unidad académica dentro de los cinco días hábiles siguientes contados a partir de la fecha de publicación de los resultados, quien en igual termino emitirá una respuesta.