



**Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia**



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017

Estimado Profesor(a) de la División de Desarrollo Sustentable, éste es el formato unificado de 16 semanas; utilice el tabulador para trasladarse ente los campos, y cuando requiera generar una entrada adicional, presione la tecla "ENTER".

Asignatura: [_ACPMN-110]

Clave: [ESTRATEGIA DE VENTAS]

Docente: [IRAÍS CABRERA HUITRÓN]

Horario:

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
09:00-11:00/304		09:00-11:00/304			

Objetivo General de la Asignatura: Diseñar un plan integral de ventas conforme a las políticas y criterios establecidos por la empresa, para la satisfacción del cliente y cierres de venta exitosos. Comprender los conceptos relacionados con las estrategias, políticas y objetivos comerciales. Gestionar procesos operativos del ámbito de mercadotecnia y negocios. Capacidad para actuar en nuevas situaciones. Conocimientos sobre el área de estudios y la profesión

Programación de 16 semanas

Semana	Temas	Estrategias de Aprendizaje	Bibliografía (solo número de referencia)
1	_Presentación de la materia 1.1 Conceptos básicos	Exposición por parte de la profesora	1



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



División de
Desarrollo
Sustentable

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p>(Enero 16 al 20)</p> <p>INICIO DE CICLO PRIMAVERA 2016</p> <p>16 de enero, fecha límite para cubrir cuotas</p> <p>Periodo de altas y bajas académicas.</p> <p>UNICAMENTE ESTA SEMANA</p>	<p>1.1.1 Concepto de venta 1.1.2 Elementos de la venta 1.1.3 Proceso de la administración de ventas Desarrollo de la función de ventas Planeación estratégica de ventas Programa de ventas Control de la fuerza de ventas (1:3-11) </p>	<p>Investigación por parte de los alumnos </p>	
<p align="center">2</p> <p>(Enero 23 al 27)</p>	<p>1.2 Tipos de ventas 1.2.1 Venta personal (revendedores y clientes finales) 1.2.2 Venta por teléfono (telemarketing) </p>	<p>Exposición de la profesora Trabajo en equipo estrategias Lectura: El arte de la guerra </p>	<p align="center">2 </p>
<p align="center">3</p> <p>(Enero 30 al 3 de Febrero)</p>	<p>1.2.3 Venta por internet 1.2.4 Venta multinivel 1.2.5 Venta directa 1.2.6 Ventas por catálogo </p>	<p>Exposición de la profesora Ejercicio de tipo de ventas Ejercicio en equipo: un buen vendedor </p>	<p align="center">2 </p>
<p align="center">4</p> <p>(Feb. 6 al 10)</p>	<p>1.3 Prospección de clientes Características de un vendedor (52) 1.3.1 Prospección 1.3.2 La mentalidad de los prospectos 1.3.3 Localización de los prospectos (9-20) 1.3.4 Eliminar barreras con el prospecto (81) </p>	<p>Exposición de la profesora Ejercicio en equipo: prospección Lectura: El arte de la guerra </p>	<p align="center">3 </p>



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p>Lunes 6 de febrero suspensión de labores por 5 de febrero</p> <p>10 de febrero, último día para solicitar bajas temporales y seguro facultativo</p>			
<p align="center">5</p> <p align="center">(Feb. 13 al 17)</p> <p>Única semana para solicitar evaluaciones especiales</p>	<p>1.4 Relaciones públicas para la generación de las ventas</p> <p>1.4.1 Concepto (3)</p> <p>1.4.2 Imagen de la empresa (17)</p> <p>1.4.3 Campo de acción de las RRPP (31,53)</p> <p>1.4.4 Acciones de las RRPP (61)</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Ejemplo de RRPP Exposición alumnos</p> <p>Siguiente semana: elección de una empresa Mediana o grande</p>	<p align="center">5</p>
<p align="center">6</p> <p align="center">(Feb. 20 al 24)</p>	<p>Unidad II. Etiqueta y protocolo de ventas</p> <p>2.1 La escucha activa y los obstáculos.</p> <p>2.2 Elementos visuales, vocales y verbales.</p> <p>2.3 Lenguaje corporal.</p> <p>2.4 La proxemia en el punto de venta.</p> <p>2.5 Los valores y las actitudes éticas.</p> <p>2.6 La responsabilidad social de la función de ventas.</p>	<p>Parcial 1: Trabajo de los alumnos en equipo</p>	<p align="center">1,2,4</p>
<p align="center">7</p> <p align="center">(Feb. 27 al 3 Marzo)</p> <p>Demanda para ciclo verano</p>	<p>2.7 Comunicación y persuasión.</p> <p>2.8 Tipos de cierre de ventas</p> <p>2.9 Objeciones</p> <p>2.10 Manejo y resolución de quejas y conflictos</p>	<p>Trabajo de los alumnos</p>	<p align="center">1,2,4</p>



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

<p align="center">8</p> <p align="center">(Marzo 6 al 10)</p> <p>Autorización de evaluaciones especiales en SAE</p>	<p>El plan de ventas</p> <p>Concepto (59)</p> <p>Utilidad del plan de ventas</p> <p>Preguntas a las que responde el plan de ventas</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Lectura</p> <p>Elección de una Micro o Pequeña empresa</p>	<p align="center">4</p>
<p align="center">9</p> <p align="center">(Marzo 13 al 17)</p> <p>Autorización de evaluaciones especiales en SAE</p>	<p>Elementos del plan de ventas (72)</p> <p>Segmento operativo</p> <p>Segmento normativo</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p> <p>Lectura</p>	<p align="center">4</p>
<p align="center">10</p> <p align="center">(20 al 24 de Marzo)</p> <p>20 de marzo suspensión de labores por 21 de marzo</p> <p>Semana de inscripciones a evaluaciones especiales</p>	<p>Proceso del plan de ventas</p>	<p>Exposición de la profesora</p> <p>Trabajo de comparación</p>	<p align="center">4</p>
<p align="center">11</p> <p align="center">(27 de Marzo al 31)</p>	<p>Presentación del plan de ventas (98)</p>	<p>Exposición por parte de la profesora</p>	<p align="center">4</p>



**Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia**



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017

12 (3 al 7 de Abril)	Presentación del plan de ventas	Parcial 2: segunda clase de la semana	4
10 al 21 de Abril Suspensión de labores por Semana Santa			
13 (Abril 24 al 28) Aplicación de Evaluaciones Especiales	Dirección de ventas Motivación de los vendedores (587) Remuneración de los vendedores Liderazgo	Exposición de la profesora Lectura de caso	1
14 (1 al 5 de Mayo) Lunes 1 suspensión de labores 5 de Mayo viernes, suspensión de labores 2 al 5 registro de calificaciones EE	Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas (769) Evaluación y control de los vendedores	Exposición de la profesora Lectura de caso	1
15	Revisión de proyecto final	Presentaciones finales	



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
 Primavera de 2017

(Mayo 8 al 12 de Mayo)	Aclaración de dudas Presentaciones finales		
16 (Mayo 15 al 19) 19 de mayo fin de cursos Primavera 2014	Presentaciones finales y entrega de calificaciones	Presentaciones finales y entrega de calificaciones	
(19 de mayo al 23)	<u>Reposición de Exámenes</u> 1. <u>Aplicación de exámenes Finales.</u> 2. <u>Periodo de registro de calificaciones en el Portal SAE por parte de los Profesores y entrega de impresión del registro en el área de Administración Escolar. -</u>	29 de Mayo inicia ciclo de Verano 2017	

Políticas de clase/Procedimientos para evaluar el aprendizaje:

- ✓ Las tareas se entregarán en tiempo y forma al correo: irais.tareas@gmail.com, si no se entregan en la fecha y hora indicadas no se tomarán en cuenta. Las tareas en equipo deberá entregarlas el líder del mismo a la dirección de correo electrónico arriba mencionada.
- ✓ En el proyecto final se evaluarán los siguientes aspectos: respaldo teórico, congruencia a lo largo de todo el proyecto, creatividad y presentaciones oral y escrita.
- ✓ EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO: Presentación ejecutiva del proyecto final en Power Point.



Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017

- ✓ EVIDENCIA DE DESEMPEÑO Entrega de avances del proyecto final
- ✓ EVIDENCIA DE ACTITUDES: Participación activa y positiva: a través de la asistencia y opiniones fundamentadas; actitud crítica: a través del análisis de los datos e información, responsabilidad: a través de la entrega de tareas profesionales, interés en aprender: a través de la realización de las prácticas independientes.

Criterios de evaluación:

1.	Evaluaciones parciales (20% c/u)	40%
2.	Proyecto final	30%
3.	Tareas	20%
1.	Actitudes	10%
TOTAL		100%

Referencias Bibliográficas para el curso.

1. Dalrymple, D. y Cron, W. (1999) Administración de ventas. México: Limusa.
2. Kotler, P., y Armstrong, G. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia*. México: Prentice Hall Hispanoamérica.
3. Moulinier, René (1992). *La prospección comercial: ubicación y captación de clientes*. México: Trillas.
4. Lerma, A. (2013). *Planeación comercial: guía práctica*. México: Alfaomega
5. Mercado, S. (1998). *Relaciones Públicas*. Pac: México

Referencias Bibliográficas complementarias o sugeridas.

1. Tzu, S. (2006). *El arte de la guerra* (Vol. 54). Edaf
2. Stanton, William J., Etzel, Michael, Walker, Bruce. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: McGraw-Hill
3. Schnarch Kirberg, Alejandro (2005). *Desarrollo de nuevos productos: cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado*. Bogotá, D. C. : McGraw-Hill.
4. Ries, Al. (1988). *La guerra de la mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Secretaría Técnica de Docencia

Programación de 16 semanas
Primavera de 2017



Notas Adicionales:

Fuentes de consulta en línea y bases de datos:

Biblioteca Digital de la UQROO (EBSCO, ProQuest, etc.)

Browsers académicos: Scirus y Google Académico.

Medios digitales en línea: Biblioteca Digital Mundial (UNESCO), Google Books