



ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN  
 UNIDAD TEPEPAN  
 SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA  
 DEPARTAMENTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA  
**PLANEACIÓN DIDÁCTICA TIPO: MODALIDAD EN LÍNEA**



Programa Académico: Relaciones Comerciales	Academia: Ventas y Distribución	
Unidad de aprendizaje: Introducción a las Ventas	Nivel: II	Periodo: 2021/1
Propósito de la unidad de aprendizaje: Desarrolla relaciones comerciales exitosas, con base en las características de productos y servicios en los mercados existentes.		

<b>PRIMER PARCIAL</b>
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): I Las ventas y su evolución II El ejecutivo de ventas
Propósito(s) Específico(s): I Identifica la diferencia entre ventas, comercialización y negociación, a partir de los elementos que los componen. II Establece las actividades que desarrollan los ejecutivos de venta de acuerdo con el grado de especialización.

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
1	1.1 Definición de la venta. 1.1.1 Diferencia entre ventas empíricas y profesionales.	Elaboración y presentación de una línea de tiempo de la evolución de las ventas de manera individual.	Línea del tiempo 5%	Vídeo de la película Amor por contrato	7B 1B
2	1.2 Evolución histórica de las ventas. 1.3 Departamento de ventas. 1.3.1 Su relación con otros departamentos. 1.3.2 Ventas profesionales en la actualidad. 1.3.3 Ventas como factor de éxito en las empresas.	Realización de Práctica 1: “Conociendo un departamento de ventas”. Reporte  Realización de Práctica 2: “El Gerente de ventas y sus funciones”. Reporte	Reporte de la práctica 1    15%  Reporte de la práctica 2    15%	Repositorio del IPN <a href="https://www.repositoriodigital.ipn.mx/">https://www.repositoriodigital.ipn.mx/</a>	
3	1.4 Comercialización de productos y servicios. 1.5 Características de la negociación.	Elaboración en equipo de una guía de entrevista y cuadro comparativo entre las actividades de un gerente y ejecutivo de ventas.	Guía de entrevista            10% Cuadro comparativo	Repositorio digital en la plataforma que se usara como evidencia de clases.	7B 1B 2B
4	2.1 Ejecutivo de ventas 2.1.1 Diferencias con un vendedor				

	2.1.2 Características, habilidades, actitudes y valores. 2.1.3 Inteligencia emocional. 2.1.4 Funciones del ejecutivo: ventas, servicio, manejo de territorio, promoción, actualización continua.	Realización en equipo de la práctica 3: "Las actividades profesionales de un ejecutivo de ventas".	Reporte de la práctica 3 15%		
5	2.2 Comportamiento y aspectos éticos en las ventas. 2.2.1 Diseño de imagen 2.2.2 Lenguaje adecuado 2.2.3 Vestimenta adecuada 2.3 Tipos de ejecutivos de ventas 2.3.1 Vendedor Jr. 2.3.2 Vendedor Senior 2.3.3 Vendedor internacional 2.3.4 Closer	Lectura de los capítulos del libro asignado por el docente  Presentación power point y exposición por videoconferencia de los resultados de las prácticas 1, 2 y 3	Síntesis de los capítulos solicitados por el docente 10%  Presentación y exposición de los resultados de las prácticas 1, 2 y 3 30%		
6	Evaluación primer parcial				

### SEGUNDO PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): III La información como base de la actividad de ventas.  
IV Las actividades administrativas del ejecutivo de ventas.

Propósito(s) Específico(s): III Estipula la información necesaria en cada actividad de venta, con base en los prospectos.  
IV Desarrolla los pasos a seguir en las actividades administrativas del ejecutivo de ventas con base en la información de su producto, prospecto y zona.

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
7	3.1 Tipos de información que debe conocer el ejecutivo de ventas 3.1.1 Social 3.1.2 Económica	Elaboración de un mapa conceptual sobre los tipos y fuentes de información. De manera individual	Mapa conceptual 2%	Repositorio del IPN <a href="https://www.repositoriodigital.ipn.mx/">https://www.repositoriodigital.ipn.mx/</a>	7B 1B 3B 5B

	<p>3.1.3 Política</p> <p>3.1.4 Del mercado</p> <p>3.1.5 Del producto</p> <p>3.1.6 De la competencia</p> <p>3.1.7 De los prospectos</p>	<p>Práctica 4 “Entrevista a ejecutivos de ventas” para investigar el proceso que realiza para obtener información como base de su actividad y clasificarla de acuerdo a la fuente. En equipo</p>	<p>Reporte de la práctica <b>15%</b></p>	<p>Repositorio digital en la plataforma que se usara como evidencia de clases.</p>	
8	<p>3.2 Fuentes para obtener la información</p> <p>3.2.1 Interna y externa.</p> <p>3.2.2 Directa.</p> <p>3.2.3 Promociones (ferias y exposiciones)</p> <p>3.2.4 Prensa, revistas, radio y televisión. Internet.</p> <p>3.3 Análisis de información de productos y servicios</p> <p>3.3.1 Desarrollo de tácticas y estrategias comerciales.</p>	<p>Práctica 5: “Investigación del proceso Administrativo”</p>	<p>Reporte de la práctica <b>15%</b></p>		
		<p>Diseño de formatos para medir los resultados de las acciones de ventas.</p>	<p>Formatos diseñados y llenados <b>15%</b></p>		
9	<p>4.1 Administración de ventas.</p> <p>4.1.1 Objetivo de ventas.</p> <p>4.1.2 Objetivos específicos de ventas.</p> <p>4.2 Planeación de las actividades del ejecutivo de ventas.</p>	<p>Diseño de formatos de formas de pago y flujograma de la distribución de actividades de ventas y territorio</p>	<p>Formatos diseñados y llenados, flujograma <b>20%</b></p>		
10	<p>4.2.1 Formatos por día: llamadas, traslados, esperas, presentaciones.</p> <p>4.2.2 Formatos por semana.</p> <p>4.2.3 Formatos mensuales y trimestrales</p> <p>4.2.4 Formatos de resultados anuales</p> <p>4.3 Herramientas del ejecutivo de ventas.</p> <p>4.3.1 Uso de la agenda</p> <p>4.3.2 Uso del catálogo</p> <p>4.3.3 Listas de precios</p> <p>4.3.4 Formatos de pedidos</p>	<p>Lectura de los capítulos del libro asignado por el docente.</p>	<p>Síntesis de los capítulos solicitados por el docente. <b>15%</b></p>		
11	<p>4.4 Formas de Pago</p> <p>4.4.1 Vía Internet.</p> <p>4.4.2 Factoraje (cadenas productivas)</p> <p>4.4.3 Efectivo y crédito</p> <p>4.5 Organización de las actividades del ejecutivo de ventas</p>	<p>Presentación power point y exposición por videoconferencia de los resultados de las prácticas 4 y 5</p>	<p>Presentación y exposición de los resultados de las prácticas. <b>20%</b></p>		

	4.5.1 Agrupación de visitas por zona Trabajo por orden de importancia: Por ruta, peinado por zona, cambaceo (puerta en puerta, empresa-empresa) por volumen 4.6 Control de actividades del ejecutivo de ventas 4.7 Evaluación de las actividades del ejecutivo de ventas.				
12	Evaluación segundo parcial				

### TERCER PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): V Construcción de relaciones comerciales

Propósito(s) Específico(s): Implementa relaciones comerciales en una sociedad mercantil, con base en la situación del mercado nacional

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
13	5.1 Concepto e importancia de Relaciones comerciales.	Realización individual de un ensayo sobre la importancia de las relaciones en la comercialización.	Ensayo <b>20%</b>	Repositorio del IPN <a href="https://www.repositoriodigital.ipn.mx/">https://www.repositoriodigital.ipn.mx/</a>	1B 6B 4B
14	5.2 Factores para la construcción de las Relaciones Exitosas.	Realización de la Práctica 6: "Prospectando". Reporte	Reporte de los resultados de las prácticas 6 <b>30%</b>	Repositorio digital en la plataforma que se usará como evidencia de clases.	
15	5.3 Características de las relaciones comerciales exitosas.	Investigación individual de los campos ocupacionales laborales del Licenciado en Relaciones Comerciales.	Reporte del campo ocupacional <b>20%</b>		
16	5.4 Campo opcional del Licenciado en Relaciones Comerciales.	Elaboración de una Clínica de Ventas. En equipo	Reporte de la clínica de ventas <b>30%</b>		
17	Evaluación tercer parcial		1. Presentación de las fases de la		

18	Evaluación segundo parcial	Elaboración de una Clínica de Ventas. En equipo	clínica de ventas. <b>2.</b> Empleo de las TIC's <b>3.</b> Reporte por escrito <b>4.</b> Redactado bajo los criterios de los alumnos.		