

SERVICIOS 2

COMITÉS INTERINSTITUCIONALES DE FORMACIÓN PROFESIONAL TÉCNICA

Programa de Estudios
de la Carrera Técnica

VENTAS

ACUERDO
653

Carrera Común



DIRECTORIO

Emilio Chuayffet Chemor
SECRETARIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA

Rodolfo Tuirán Gutiérrez
SUBSECRETARIO DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR

Juan Pablo Arroyo Ortiz
COORDINADOR SECTORIAL DE DESARROLLO ACADÉMICO DE LA SEMS

César Turrent Fernández
DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN TECNOLÓGICA AGROPECUARIA

Luis F. Mejía Piña
DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL

Ramón Zamanillo Pérez
DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA DEL MAR

Bonifacio Efrén Parada Arias
DIRECTOR GENERAL DE CENTROS DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO

Patricia Ibarra Morales
COORDINADORA NACIONAL DE ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS ESTATALES DE CECYTES

Candita Gil Jiménez
DIRECTORA GENERAL DEL COLEGIO NACIONAL DE EDUCACIÓN PROFESIONAL TÉCNICA

CRÉDITOS

COMITÉ TÉCNICO DIRECTIVO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Juan Pablo Arroyo Ortiz / Coordinador Sectorial de Desarrollo Académico

Francisco Escobar Vega / Director Técnico de la DGETA

José Ángel Camacho Prudente / Director Técnico de la DGETI

Víctor Manuel Rojas Reynosa / Director Técnico de la DGECyTM

Dirección Técnica de la DGCFT

Tomás Pérez Alvarado / Secretario de Desarrollo Académico y de Capacitación del CONALEP

COORDINADORES DEL COMPONENTE DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Ana Margarita Amezcua Muñoz / Asesor en innovación educativa / CoSDAc

Ismael Enrique Lee Cong / Subdirector de innovación / CoSDAc

COORDINADOR DEL COMITÉ INTERINSTITUCIONAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Sirenia Méndez Sanjuanpa / CoSDAc

COORDINADOR DEL COMITÉ PEDAGÓGICO

Carmen Verónica Medina Díaz / DGCFT

PARTICIPANTES DEL COMITÉ DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA CARRERA DE TÉCNICO EN VENTAS

Claudia Mariza Matos Quiam / CECYTES

Juan Manuel Meza López / DGCFT

Leopoldo Miranda Abarca / DGCFT

Rosa María Pérez Romero / DGETI

Gerardo Rojano Romero / DGETI

María Karime Tapia Villaseñor / DGCFT

María del Pilar Torres Cortés / CECYTES

Alberto Triana del Ángel / DGETI

DISEÑO DE PORTADA

Edith Nolasco Carlón / CoSDAc

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

Abril, 2013.

PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO

ENTREVISTAS

Grupo Profuturo GNP / México, Distrito Federal
Autobuses Estrella Roja / Puebla, Puebla
Coordinados de México Oriente / Puebla, Puebla
Enlaces Terrestres Nacionales / Puebla, Puebla
Nahui Ollin / Puebla, Puebla
Juniors Accesorios para autos/ Colima, Colima
UNIVER de Colima / Colima, Colima
Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnia / Chihuahua, Chihuahua
Action Coach / Chihuahua, Chihuahua
Empresa el Papelito / Chihuahua, Chihuahua
La Huella del Oso (joyería) / Playa del Carmen, Quintana Roo
Cerveza Cuauhtémoc Moctezuma / Playa del Carmen, Quintana Roo
Llantera y Refaccionaria Automotriz Coronado / México, Distrito Federal
Nissan Sony Automotriz / México, Distrito Federal
Servicios Administrativos Accel. S.A. de C.V / México, Distrito Federal
Poliquímicos, S.A de C.V. / México, Estado de México
Las Colinas Apartamentos / México, Estado de México
UTL (Tarjetas Prepago de Peaje) / México, Distrito Federal
Experiencias Xcaret / Playa del Carmen, Quintana Roo
Promovisión del Caribe S.A. de C.V / Playa del Carmen, Quintana Roo

ESPECIALISTAS

Andrés Vega / Manpower

VINCULACIÓN

Javier López Pérez / DGETI
Juana María Norma Toriz Álvarez / DGETI

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	6
1 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CARRERA	
1.1 Estructura Curricular del Bachillerato Tecnológico	9
1.2 Justificación de la carrera	10
1.3 Perfil de egreso	11
1.4 Mapa de competencias profesionales de la carrera de Técnico en ventas	12
1.5 Cambios principales en los programas de estudio	13
2 MÓDULOS QUE INTEGRAN LA CARRERA	
Módulo I – Auxilia en el proceso de administración del área de ventas	16
Módulo II – Auxilia en la elaboración del estudio de mercado	24
Módulo III – Auxilia en la comercialización aplicando las estrategias de comunicación	30
Módulo IV – Asesora al cliente	37
Módulo V – Posiciona el producto y /o servicio en el mercado	42
Recursos didácticos de la carrera	47
3 CONSIDERACIONES PARA DESARROLLAR LOS MÓDULOS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL	
3.1 Lineamientos metodológicos	50
3.2 Estrategia didáctica del Módulo I	53
Submódulo 1	53
Submódulo 2	65
Submódulo 3	77

PRESENTACIÓN

La Reforma Integral de la Educación Media Superior se orienta a la construcción de un Sistema Nacional de Bachillerato, con los propósitos de conformar una identidad propia de este nivel educativo y lograr un perfil común del egresado en todos los subsistemas y modalidades que lo constituyen, siempre dentro de un marco de pluralidad interinstitucional.

El perfil común del bachiller se construye a partir de las once competencias genéricas, que se complementan con las profesionales y las disciplinares básicas, las cuales favorecen la formación integral del estudiante para su mejor desarrollo social, laboral y personal, desde la posición de la sustentabilidad y el humanismo.

En esta versión del programa de estudios se confirman, como eje principal de formación, las estrategias centradas en el aprendizaje y el enfoque de competencias; con el fin de que se tengan los recursos metodológicos necesarios para elaborar y aplicar en el aula los módulos y submódulos.

El Gobierno de México y el Banco Interamericano de Desarrollo acordaron cofinanciar el Programa de Formación de Recursos Humanos basada en Competencias (PROFORHCOM), Fase II, cuyo objetivo general es contribuir a mejorar el nivel de competencia de los egresados de educación media superior en la formación profesional técnica y, por esa vía, sus posibilidades de empleabilidad.

La Coordinación Sectorial de Desarrollo Académico (CoSDAc), de la Subsecretaría de Educación Media Superior (SEMS), funge como coordinadora técnica de estos trabajos; su contribución tiene como propósito articular los esfuerzos interinstitucionales de la DGETA, DGETI, DGECyTM, CECyTE, CONALEP y DGCFT, para avanzar hacia esquemas cada vez más cercanos a la dinámica productiva.

La estrategia para realizar la actualización e innovación de la formación profesional técnica es la constitución de los Comités Interinstitucionales de Formación Profesional Técnica, integrados por profesores de las instituciones participantes, quienes tienen el perfil académico y la experiencia profesional adecuados. El propósito principal de estos comités es el desarrollo de la propuesta didáctica mediante la atención a las innovaciones pertinentes en el diseño de los programas de estudio, el desarrollo de material didáctico y la selección de materiales, herramientas y equipamiento, así como la capacitación técnica para cubrir el perfil profesional del personal docente que imparte las carreras técnicas. Estos programas de estudios se integran con tres apartados generales:

1. Descripción general de la carrera
2. Módulos que integran la carrera
3. Consideraciones para desarrollar los módulos de la formación profesional

Cada uno de los módulos que integran la carrera técnica tiene competencias profesionales valoradas y reconocidas en el mercado laboral, así como la identificación de los sitios de inserción, de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), además de la relación de las ocupaciones según el Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO-2011), en las cuales el egresado podrá desarrollar sus competencias en el sector productivo. Asimismo se contó con la participación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en la integración de conceptos correspondientes al tema de productividad laboral incluidos transversalmente en las competencias profesionales y, por medio de lecturas recomendadas, en el apartado de fuentes de información.

En apartado de consideraciones para desarrollar los módulos de la formación profesional se ofrecen consideraciones pedagógicas y lineamientos metodológicos para que el docente haga su planeación específica y la concrete en la elaboración de las estrategias didácticas por submódulo, en las que tendrá que considerar sus condiciones regionales, situación del plantel, características e intereses del estudiante y sus propias habilidades docentes.

Dicha planeación deberá caracterizarse por ser dinámica y propiciar el trabajo colaborativo, pues responde a situaciones escolares, laborales y particulares del estudiante, y comparte el diseño con los docentes del mismo plantel, o incluso de la región, por medio de diversos mecanismos, como las academias. Esta propuesta de formación profesional refleja un ejemplo que podrán analizar y compartir los docentes para producir sus propias estrategias didácticas, correspondientes a las carreras técnicas que se ofrecen en su plantel.

Las modificaciones a los programas de estudio de las carreras técnicas favorecen la creación de una estructura curricular flexible que permiten a los estudiantes participar en la toma de decisiones de manera que sean favorables a sus condiciones y aspiraciones.

1

Descripción General
de la Carrera

1.1. Estructura Curricular del Bachillerato Tecnológico

(Acuerdo Secretarial 653)

1er. semestre	2o. semestre	3er. semestre	4o. semestre	5o. semestre	6o. semestre
Álgebra 4 horas	Geometría y Trigonometría 4 horas	Geometría Analítica 4 horas	Cálculo Diferencial 4 horas	Cálculo Integral 5 horas	Probabilidad y Estadística 5 horas
Inglés I 3 horas	Inglés II 3 horas	Inglés III 3 horas	Inglés IV 3 horas	Inglés V 5 horas	Temas de Filosofía 5 horas
Química I 4 horas	Química II 4 horas	Biología 4 horas	Física I 4 horas	Física II 4 horas	Asignatura propedéutica* (1-12)** 5 horas
Tecnologías de la Información y la Comunicación 3 horas	Lectura, Expresión Oral y Escrita II 4 horas	Ética 4 horas	Ecología 4 horas	Ciencia, Tecnología, Sociedad y Valores 4 horas	Asignatura propedéutica* (1-12)** 5 horas
Lógica 4 horas	Módulo I Auxilia en el proceso de administración del área de ventas 17 horas	Módulo II Auxilia en la elaboración del estudio de mercado 17 horas	Módulo III Auxilia en la comercialización aplicando las estrategias de comunicación 17 horas	Módulo IV Asesora al cliente 12 horas	Módulo V Posiciona el producto y/o servicio en el mercado 12 horas
Lectura, Expresión Oral y Escrita I 4 horas					

Áreas propedéuticas

Físico-matemática	Económico-administrativa	Químico-Biológica	Humanidades y ciencias sociales
1. Temas de Física	4. Temas de Administración	7. Introducción a la Bioquímica	10. Temas de Ciencias Sociales
2. Dibujo Técnico	5. Introducción a la Economía	8. Temas de Biología Contemporánea	11. Literatura
3. Matemáticas Aplicadas	6. Introducción al Derecho	9. Temas de Ciencias de la Salud	12. Historia

Componente de formación básica

Componente de formación propedéutica

Componente de formación profesional

*Las asignaturas propedéuticas no tienen prerequisites de asignaturas o módulos previos.

*Las asignaturas propedéuticas no están asociadas a módulos o carreras específicas del componente profesional.

**El alumno cursará dos asignaturas del área propedéutica que elija.

Nota: Para las carreras que ofrece la DGCFT, solamente se desarrollarán los Módulos de Formación Profesional.

1.2 Justificación de la carrera

La carrera de Técnico en ventas ofrece las competencias profesionales que permiten al estudiante realizar actividades dirigidas a posicionar un producto o servicio de una empresa en el mercado, auxiliar en el proceso de administración del área de ventas y en la elaboración del estudio de mercado, así como comercializar un servicio y/o producto aplicando las estrategias de comunicación y asesorar al cliente.

Todas estas competencias posibilitan al egresado su incorporación al mundo laboral o desarrollar procesos productivos independientes, de acuerdo con sus intereses profesionales y necesidades de su entorno social.

Asimismo, contribuyen a desarrollar competencias genéricas que les permitan comprender el mundo e influir en él, les capacita para aprender de forma autónoma a lo largo de la vida, desarrollar relaciones armónicas, participar en los ámbitos social, profesional y político.

Con las competencias de productividad y empleabilidad:

- Atención al cliente
- Orientación al logro
- Planeación y organización
- Orientación a la mejora continua
- Adaptabilidad
- Ética profesional
- Trabajo en equipo

Permite al técnico incorporarse al ámbito laboral en diversos sitios de inserción como:

- Corporativos
- Intermediación del comercio al por mayor
- Intermediación de comercio al por mayor para productos de uso doméstico y persona, excepto a través de internet y otros medios
- Servicios de investigación de mercado y encuestas de opinión pública

Para lograr las competencias el estudiante debe de tener una formación profesional, que se inicia en el segundo semestre y se concluye en el sexto semestre, desarrollando en este lapso de tiempo las competencias profesionales que marca el programa de estudios.

Los primeros tres módulos de la carrera técnica tienen una duración de 272 horas cada uno, y los dos últimos de 192, un total de 1200 horas de formación profesional.

Cabe destacar que los módulos de formación profesional tienen carácter transdisciplinario, por cuanto corresponden con objetos y procesos de transformación que implica la integración de saberes de distintas disciplinas.

1.3 Perfil de egreso

La formación que ofrece la carrera de Técnico en ventas permite al egresado, a través de la articulación de saberes de diversos campos, realizar actividades dirigidas a la satisfacción de las necesidades del consumidor a través de un producto o servicio.

Durante el proceso de formación de los cinco módulos, el estudiante desarrollará o reforzará:

Las siguientes competencias profesionales:

- Auxilia en el proceso de administración del área de ventas
- Auxilia en la elaboración del estudio de mercado
- Auxilia en la comercialización aplicando las estrategias de comunicación
- Asesora al cliente
- Posiciona el producto y/o servicio en el mercado

Y las competencias de productividad y empleabilidad:

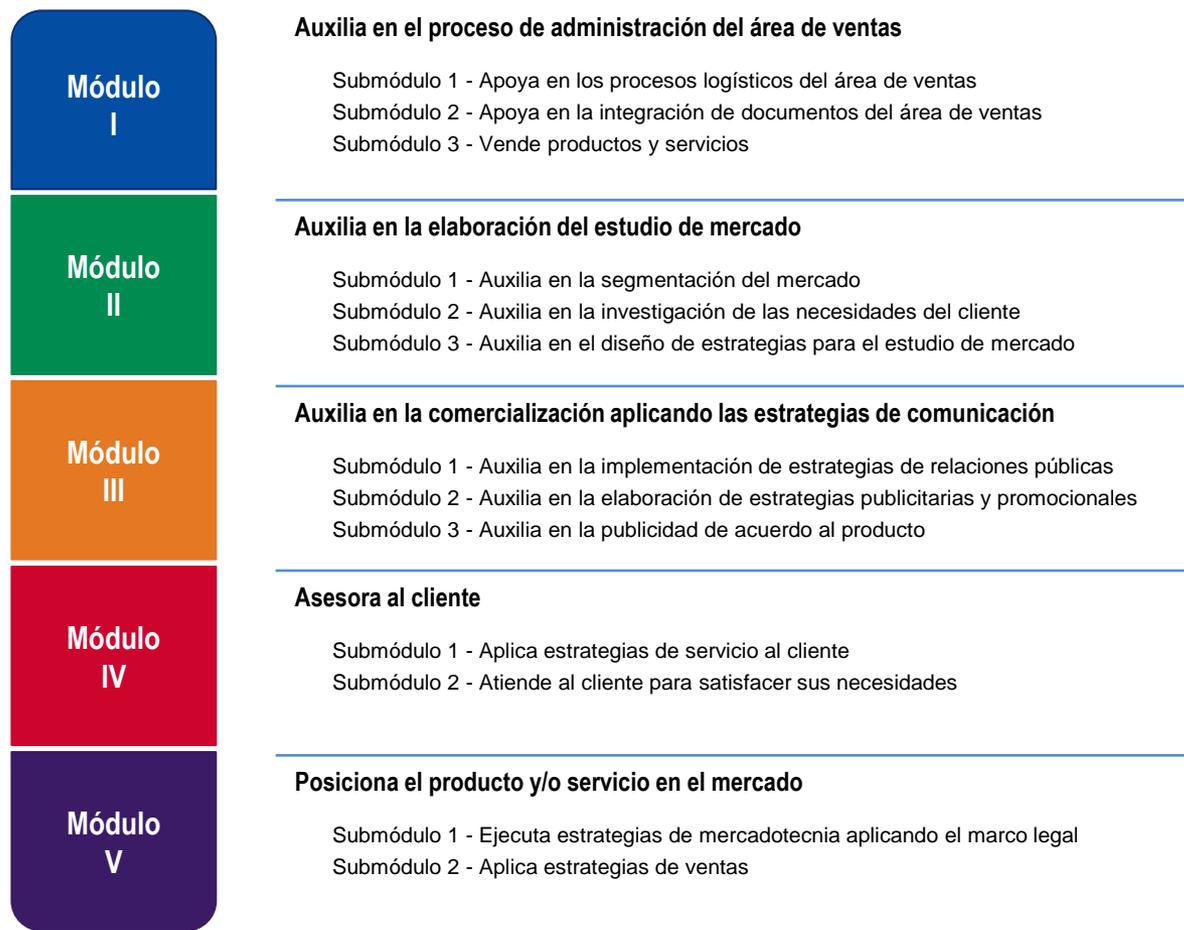
- Atención al cliente
- Orientación al logro
- Planeación y organización
- Orientación a la mejora continua
- Adaptabilidad
- Ética profesional
- Trabajo en equipo

El egresado de la carrera de Técnico en ventas está en posibilidades de demostrar las competencias genéricas como:

- Elige y practica estilos de vida saludables.
- Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
- Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
- Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.
- Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos .
- Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.

Es importante recordar que, en este modelo educativo, el egresado de la educación media superior desarrolla las competencias genéricas a partir de la contribución de las competencias profesionales al componente de formación profesional, y no en forma aislada e individual, sino a través de una propuesta de formación integral, en un marco de diversidad.

1.4 Mapa de competencias profesionales de la carrera de Técnico en ventas



1.5 Cambios principales en los programas de estudio

Contenido de los módulos

1. Identificación de ocupaciones y sitios de inserción

Nuestro país presenta una amplia diversidad de procesos de producción, desde los que utilizan tecnología moderna, hasta sistemas tradicionales; este hecho contribuye a diversificar las ocupaciones, lo que hace difícil nombrarlas adecuadamente. Con el propósito de utilizar referentes nacionales que permitan ubicar y nombrar las diferentes ocupaciones y sitios de inserción laboral, los Comités Interinstitucionales de Formación Profesional decidieron utilizar los siguientes referentes:

El Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones (SINCO-2011)

El SINCO es una herramienta fundamental para homologar la información ocupacional con la que cuenta actualmente la nación para satisfacer las necesidades de información de los diferentes sectores que conforman el aparato productivo nacional (empresarios, trabajadores y entidades gubernamentales), generando esfuerzos interinstitucionales provechosos para el mercado laboral, la productividad y competitividad del país.

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN-2007)

El SCIAN clasifica las actividades económicas de México, Estados Unidos y Canadá. Es una clasificación que el INEGI utiliza en los proyectos de estadística económica. De esta manera se unifica toda la producción de estadística económica entre México, Estados Unidos y Canadá.

2. Competencias / contenidos del módulo

Las competencias son los contenidos del módulo y se presentan de una forma integrada, es decir, se muestran como elemento de agrupamiento las competencias profesionales; en torno a ellas se articulan los submódulos. El propósito de presentarlas de esta manera es que el docente tenga una mirada general de los contenidos de todo el módulo. Las competencias / contenidos del módulo se clasifican en cuatro grupos:

2.1 Competencias profesionales

Las competencias profesionales describen una actividad que se realiza en un campo específico del quehacer laboral. Se puede observar en los contenidos que algunas competencias profesionales están presentes en diferentes submódulos, esto significa que debido a su complejidad se deben abordar transversalmente en el desarrollo del módulo a fin de que se desarrollen en su totalidad; asimismo se observa que otras competencias son específicas de un submódulo, esto significa que deben abordarse únicamente desde el submódulo referido.

2.2 Competencias disciplinares básicas sugeridas

Competencias relacionadas con el Marco Curricular Común del Sistema Nacional de Bachillerato. No se pretende que se desarrollen explícitamente en el módulo. Se presentan como un requerimiento para el desarrollo de las competencias profesionales. Se sugiere que se aborden a través de un diagnóstico, a fin de que se compruebe si el estudiante las desarrolló en el componente de formación básica.

2.3 Competencias genéricas sugeridas

Competencias relacionadas con el Marco Curricular Común del Bachillerato. Se presentan los atributos de las competencias genéricas que tienen mayor probabilidad de desarrollarse para contribuir a las competencias profesionales, por lo cual no son limitativas; usted puede seleccionar otros atributos que considere pertinentes. Estos atributos están incluidos en la redacción de las competencias profesionales, por lo que no deben desarrollarse explícitamente o por separado.

2.4 Competencias de empleabilidad sugeridas

Competencias propuestas por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social que contribuyen al desarrollo de habilidades del estudiante para ingresar, mantenerse y desarrollarse en el campo laboral. Son viables, coherentes y pertinentes a los requerimientos del sector productivo y se desarrollan en las mismas competencias profesionales.

3. Estrategia de evaluación del aprendizaje

Se presentan las competencias profesionales específicas o transversales por evaluar, su relación con los submódulos y el tipo de evidencia sugerida como resultado de la ejecución de la competencia profesional.

4. Fuentes de información

Tradicionalmente, las fuentes de información se presentan al final de cada módulo sin una relación explícita con los contenidos. Esto dificulta su utilización. Como un elemento nuevo, en estos programas se presenta cada contenido con sus respectivas fuentes de información, a fin de que el docente ubique de manera concisa los elementos técnicos, tecnológicos, normativos o teóricos sugeridos.

5. Recursos didácticos

Se presentan agrupados por equipos, herramientas, materiales y mobiliario, además de incluir su relación con cada módulo.

6. Estrategia didáctica sugerida

Como ejemplo se presentan las estrategias didácticas por cada contenido del módulo I, a fin de que el docente pueda desarrollar las propias de acuerdo con su contexto. Las estrategias incluyen las actividades de cada fase; para cada una de ellas se describe el tipo de evidencia y el instrumento de evaluación, así como una propuesta de porcentaje de calificación.

2

Módulos que integran
la carrera

MÓDULO I

Información General

AUXILIA EN EL PROCESO DE ADMINISTRACIÓN DEL ÁREA DE VENTAS

272 horas

// SUBMÓDULO 1

Apoya en los procesos logísticos del área de ventas
96 horas

// SUBMÓDULO 2

Apoya en la integración de documentos del área de ventas
80 horas

// SUBMÓDULO 3

Vende productos y servicios
96 horas

OCUPACIONES DE ACUERDO AL SISTEMA NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES (SINCO)

2511	Auxiliar en administración, mercadotecnia, comercialización y comercio exterior
------	---------------------------------------------------------------------------------

SITIOS DE INSERCIÓN DE ACUERDO AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE AMÉRICA DEL NORTE (SCIAN-2007)

551111	Corporativos
437112	Intermediación del comercio al por mayor
437113	Intermediación de comercio al por mayor para productos de uso doméstico y persona, excepto a través de internet y otros medios

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de:

- Auxiliar en el proceso de administración del área de ventas
 - Apoyar en los procesos logísticos del área de ventas
 - Apoyar en la integración de documentos del área de ventas
 - Vender productos y servicios

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
1	Ejecuta los procesos comerciales	1	A través de la planeación de la empresa En apego a las estrategias de compra- venta de la empresa Asumiendo una actitud colaborativa de acuerdo a las metas y objetivos del puesto
2	Realiza presupuestos y pronósticos de ventas	1	De acuerdo a las políticas de la empresa Considerando el plan de ventas De manera ordenada y limpia De forma honesta y eficiente
3	Auxilia en la organización de los procesos de compra-venta	1	De acuerdo al procedimiento de la empresa De forma honesta y eficiente Con actitud cordial
4	Registra y controla entradas y salidas del almacén	2	Con apego a los métodos establecidos por la empresa Demostrando una actitud honesta, de limpieza y orden
5	Clasifica pedidos de productos y/o servicios	2	Conforme a la orden de compra De acuerdo a los productos que comercializa la empresa De acuerdo a la codificación establecida por la empresa
6	Organiza y clasifica los documentos de comercialización	2	De acuerdo a las políticas establecidas por el departamento de ventas Para el área de ventas De manera ordenada

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de:

- Auxiliar en el proceso de administración del área de ventas
 - Apoyar en los procesos logísticos del área de ventas
 - Apoyar en la integración de documentos del área de ventas
 - Vender productos y servicios

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
7	Apoya en actividades promocionales	3	Acorde al protocolo de la empresa Con responsabilidad y profesionalismo Aplicando los elementos básicos de mercadotecnia
8	Auxilia en la coordinación de eventos comerciales	3	En apego a la logística de la actividad Con cooperación y trabajo en equipo
9	Ofrece bienes y servicios en puntos de venta	3	Proyectando una actitud positiva y de respeto en la atención al cliente De acuerdo a las políticas de venta Siguiendo las estrategias de atención al cliente

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

Competencias que se requieren para desarrollar las profesionales. Se desarrollan desde el componente de formación básica.

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

CS1 Identifica el conocimiento social y humanista como una construcción en constante transformación.

GENÉRICAS SUGERIDAS

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

6.1 Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

PO2 Tener claras las metas y objetivos de su área y de su puesto.

PO5 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.

OM6 Revisar las acciones llevadas a cabo con el fin de realizar mejoras y adaptarlas a los procedimientos.

AD5 Aceptar y aplicar los cambios de los procedimientos y de las herramientas de trabajo.

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos, reportes, bitácoras y listas de cotejo, entre otras. Y las evidencias de conocimientos, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otras. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras que arroje las evidencias y la presentación del portafolio.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
1	Ejecuta los procesos comerciales	1	A través de la planeación de la empresa En apego a las estrategias de compra-venta de la empresa Asumiendo una actitud colaborativa de acuerdo a las metas y objetivos del puesto		La ejecución de los procesos comerciales
2	Realiza presupuestos y pronósticos de ventas	1	De acuerdo a las políticas de la empresa Considerando el plan de ventas De manera ordenada y limpia De forma honesta y eficiente	Los presupuestos y pronósticos de ventas realizados	
3	Auxilia en la organización de los procesos de compra-venta	1	De acuerdo al procedimiento de la empresa De forma honesta y eficiente Con actitud cordial		La participación en la organización de los procesos de venta
4	Registra y controla entradas y salidas del almacén	2	Con apego a los métodos establecidos por la empresa Demostrando una actitud honesta, de limpieza y orden	Las entradas y salidas del almacén registradas y controladas	
5	Clasifica pedidos de productos y/o servicios	2	Conforme a la orden de compra De acuerdo a los productos que comercializa la empresa De acuerdo a la codificación establecida por la empresa	Los pedidos de productos y/o servicios clasificados	

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
6	Organiza y clasifica los documentos de comercialización	2	De acuerdo a las políticas establecidas por el departamento de ventas Para el área de ventas De manera ordenada	Los documentos de comercialización organizados y clasificados	
7	Apoya en actividades promocionales	3	Acorde al protocolo de la empresa Con responsabilidad y profesionalismo Aplicando los elementos básicos de mercadotecnia		El apoyo en las actividades promocionales
8	Auxilia en la coordinación de eventos comerciales	3	En apego a la logística de la actividad Con cooperación y trabajo en equipo		El apoyo en la coordinación de eventos comerciales
9	Ofrece bienes y servicios en puntos de venta	3	Proyectando una actitud positiva y de respeto en la atención al cliente De acuerdo a las políticas de venta Siguiendo las estrategias de atención al cliente		El ofrecimiento de bienes y servicios en puntos de ventas

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
1	Ejecuta los procesos comerciales	1	Kotler, P.(2006). <i>Dirección de mercadotecnia</i> Parte I, Cap.4. (8ª ed.). México: Pearson Educación. Fisher, L. (2002). <i>Mercadotecnia</i> Cap.2 y 13 (4ª ed.). México: McGraw-Hill.
2	Realiza presupuestos y pronósticos de ventas	1	Kotler, P.(2006). <i>Dirección de mercadotecnia</i> . Cap.25 (8ª ed.).México: Pearson Educación. Dorfsman Figueroa, I. (2008). <i>Marketing Mix</i> . Cap.5, (5ª ed.). México: Just i time press. pp.73-75. Dalrymple, D.J. y Cron, W.L. (2002). <i>Administración de ventas</i> Parte 2 Cap.7 (3ª ed.). México: Limusa Wiley. pp.359-372.
3	Auxilia en la organización de los procesos de compra-venta	1	Lobato, F. y López, M. (2006). <i>Operaciones de venta</i> . Madrid, España: Paraninfo.
4	Registra y controla entradas y salidas del almacén	2	Ferrín Gutiérrez, A. (2007). <i>Gestión de stocks en la logística de almacenes</i> . (2ª ed.). Madrid: Fundación Confemetal. Lara Flores, E. y Lara Ramírez, L. (2010). <i>Primer curso de contabilidad</i> . (21ª ed.). México: Trillas.
5	Clasifica pedidos de productos y/o servicios	2	Muller, M. (2004). <i>Fundamentos de administración de inventarios</i> . (20ª ed.). Colombia: Norma.
6	Organiza y clasifica los documentos de comercialización	2	Ferrín Gutiérrez, A. (2007). <i>Gestión de stocks en la logística de almacenes</i> . (2ª ed.). Madrid: Fundación Confemetal.
7	Apoya en actividades promocionales	3	Kotler, P. (2009). <i>Dirección de mercadotecnia análisis, planeación control</i> . México: Diana.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
8	Auxilia en la coordinación de eventos comerciales	3	Johnston (2003). <i>Administración de ventas</i> . (7ªed.). México: McGraw-Hill. Kotler, P. (2009). <i>Dirección de mercadotecnia análisis, planeación control</i> . México: Diana.
9	Ofrece bienes y servicios en puntos de venta	3	Johnston. (2003). <i>Administración de ventas</i> . (7ª ed.). México: McGraw-Hill. Bort Muñoz, M. A. (2004). <i>Merchandising</i> . (1ª ed.). España: ESIC.

MÓDULO II

Información General

AUXILIA EN LA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

272 horas

// SUBMÓDULO 1

Auxilia en la segmentación del mercado
96 horas

// SUBMÓDULO 2

Auxilia en la investigación de las necesidades del cliente
96 horas

// SUBMÓDULO 3

Auxilia en el diseño de estrategias para el estudio de mercado
80 horas

OCUPACIONES DE ACUERDO AL SISTEMA NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES (SINCO)

3231	Encuestadoras
3232	Codificadores
2112	Especialistas y consultores en mercadotecnia, publicidad comunicación y comercio exterior

SITIOS DE INSERCIÓN DE ACUERDO AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE AMÉRICA DEL NORTE (SCIAN-2007)

541910	Servicios de investigación de mercado y encuestas de opinión pública
--------	----------------------------------------------------------------------

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de:

- Auxiliar en la elaboración del estudio de mercado
 - Auxiliar en la segmentación del mercado
 - Auxiliar en la investigación de las necesidades del cliente
 - Auxiliar en el diseño de estrategias para el estudio de mercado

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
1	Selecciona y distingue los segmentos del mercado	1	De acuerdo a los productos a comercializar, manteniendo la confidencialidad de la información De acuerdo a los requerimientos del cliente De acuerdo a las políticas de comercialización de la empresa
2	Clasifica los segmentos de mercado	1	De acuerdo a los productos a comercializar, manteniendo la confidencialidad de la información De acuerdo a los requerimientos del cliente De acuerdo a las políticas de comercialización de la empresa
3	Elabora instrumentos para investigar las necesidades de los clientes	2, 3	Tomando en cuenta los tipos de encuesta y sondeo Considerando los fines de la empresa
4	Detecta las necesidades de los clientes	2	De acuerdo a la investigación realizada Considerando los productos a comercializar
5	Elabora el anteproyecto del estudio del mercado	3	Tomando como base los productos a comercializar De acuerdo al segmento del mercado De acuerdo a las necesidades del cliente
6	Elabora y presenta las estrategias del estudio del mercado	3	Tomando como base los productos a comercializar De acuerdo al segmento del mercado De acuerdo a las necesidades del cliente Con base a la programación establecida en el calendario de proyectos y oportunidades

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

Competencias que se requieren para desarrollar las profesionales. Se desarrollan desde el componente de formación básica.

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.</p> | <p>C1 Identifica, ordena e interpreta las ideas, datos y conceptos explícitos e implícitos en un texto, considerando el contexto en el que se generó y en el que se recibe.</p> |
| <p>C12 Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para investigar, resolver problemas, producir materiales y transmitir la información.</p> | |

GENÉRICAS SUGERIDAS

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>3.2 Toma decisiones a partir de la valoración de las consecuencias de distintos hábitos de consumo y conductas de riesgo.</p> | <p>6.1 Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad.</p> |
| <p>5.4 Construye hipótesis y diseña y aplica modelos para probar su validez.</p> | |

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>AC2 Explorar las nuevas necesidades y carencias que surgen en el cliente al buscar la forma de satisfacerla.</p> | <p>OL1 Orientar las acciones llevadas a cabo a lograr y superar los estándares de desempeño y los plazos establecidos.</p> |
| <p>AC6 Realizar seguimiento de las necesidades del cliente para darle una respuesta .</p> | <p>OL2 Diseñar y utilizar indicadores para medir y comprobar los resultados obtenidos.</p> |

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos, reportes, bitácoras y listas de cotejo, entre otras. Y las evidencias de conocimientos, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otras. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras que arroje las evidencias y la presentación del portafolio.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
1	Selecciona y distingue los segmentos del mercado	1	De acuerdo a los productos a comercializar, manteniendo la confidencialidad de la información De acuerdo a los requerimientos del cliente De acuerdo a las políticas de comercialización de la empresa	Los segmentos de mercado seleccionados	
2	Clasifica los segmentos de mercado	1	De acuerdo a los productos a comercializar, manteniendo la confidencialidad de la información De acuerdo a los requerimientos del cliente De acuerdo a las políticas de comercialización de la empresa	Los segmentos de mercado clasificados	
3	Elabora instrumentos para investigar las necesidades de los clientes	2, 3	Tomando en cuenta los tipos de encuesta y sondeo Considerando los fines de la empresa	El instrumento de investigación elaborado	
4	Detecta las necesidades de los clientes	2	De acuerdo a la investigación realizada Considerando los productos a comercializar		La detección de necesidades de los clientes

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
5	Elabora el anteproyecto del estudio del mercado	3	Tomando como base los productos a comercializar De acuerdo al segmento del mercado De acuerdo a las necesidades del cliente	El anteproyecto del estudio del mercado elaborado	
6	Elabora y presenta las estrategias del estudio del mercado	3	Tomando como base los productos a comercializar De acuerdo al segmento del mercado De acuerdo a las necesidades del cliente Con base a la programación establecida en el calendario de proyectos y oportunidades	Las estrategias de estudio de mercado elaboradas	La elaboración y presentación de las estrategias del estudio de mercado

FUENTES DE INFORMACIÓN

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
1	Selecciona y distingue los segmentos del mercado	1	Dvaskin, R. (2004). <i>Fundamentos de Marketing: Teoría y Experiencia</i> . (1ª ed.). Argentina: Granica. Fernández Valiñaz, R. (2001). <i>Segmentación de mercados</i> . (2ª ed.). México: Thomson.
2	Clasifica los segmentos de mercado	1	Mol, M. y Birkinshaw, J. (2008). <i>Las grandes revoluciones del management</i> . España: Deusto. Blackwell, R. D., Miniard, P. y Engel, J. F. (2002). <i>Comportamiento del consumidor</i> . (8ª ed.). México: Thomson.
3	Elabora instrumentos para investigar las necesidades de los clientes	2, 3	Lamb, J., Charles, W., y Hair, C. Mc. (2006). <i>Marketing</i> . (8ª ed.). México: Thomson. García Ortiz, F., García Ortiz, P. P., F. y Gil Muela, M. (2009). <i>Técnica de servicio y atención al cliente</i> . (2ª ed.). España: Paraninfo.
4	Detecta las necesidades de los clientes	2	Garrido I Pavia, J. (2006). <i>Tácticas magistrales de venta</i> . Colombia: Norma. Gosso, F. (2008). <i>Hipersatisfacción del cliente</i> . México: Panorama.
5	Elabora el anteproyecto del estudio del mercado	3	McDaniel, C. y Gates R. (2005). <i>Investigación de mercados</i> . (6ª ed.). México: Thomson. Fernández Nogales, A. (2004). <i>Investigación y técnicas de mercado</i> . (2ª ed.). Madrid, España: ESIC.
6	Elabora y presenta las estrategias del estudio del mercado	3	Rivera Camino, J. y Garcillán López-Ruía M. (2007). <i>Dirección de marketing</i> . Madrid, España: ESIC Solé Moro, M. (2003). <i>Los consumidores del siglo XXI</i> . (2ª ed.). Madrid, España: ESIC.

MÓDULO III

Información General

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

272 horas

// SUBMÓDULO 1

Auxilia en la implementación de estrategias de relaciones públicas
96 horas

// SUBMÓDULO 2

Auxilia en la elaboración de estrategias publicitarias y promocionales
96 horas

// SUBMÓDULO 3

Auxilia en la publicidad de acuerdo al producto
80 horas

OCUPACIONES DE ACUERDO AL SISTEMA NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES (SINCO)

2511	Auxiliar en administración, mercadotecnia, comercialización y comercio exterior
2112	Especialistas y consultores en mercadotecnia, publicidad comunicación y comercio exterior

SITIOS DE INSERCIÓN DE ACUERDO AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE AMÉRICA DEL NORTE (SCIÁN-2007)

551111	Corporativos
--------	--------------

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de

- Auxiliar en la comercialización aplicando las estrategias de comunicación
 - Auxiliar en la implementación de estrategias de relaciones públicas
 - Auxiliar en la elaboración de estrategias publicitarias y promocionales
 - Auxiliar en la publicidad de acuerdo al producto

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
1	Aplica técnicas de comunicación	1	De acuerdo a los diferentes tipos de publico Con base al plan de mejora de imagen de la empresa Asumiendo una actitud ética acorde a los valores de la empresa
2	Participa en la organización de eventos empresariales	1	De acuerdo al programa de actividades de la empresa Aplicado los valores que representan a la empresa
3	Participa en la selección de medios publicitarios	2	En función del nicho de mercado De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa Aplicando el código de ética de la empresa
4	Participa en la selección de productos promocionales	2	Considerando la utilidad del promocional En función al tipo de campaña De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa
5	Apoya en la realización de la campaña publicitaria	3	Mediante el uso del software de diseño De acuerdo a las leyes y reglamentos establecidos De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa
6	Auxilia en la medición de la efectividad de la campaña publicitaria	3	Mediante el uso de herramientas de medición De acuerdo al presupuesto de la empresa Con orden y principios de ética

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

Competencias que se requieren para desarrollar las profesionales. Se desarrollan desde el componente de formación básica.

C5 Expresa ideas y conceptos en composiciones coherentes y creativas, con introducciones, desarrollo y conclusiones claras.

C9 Analiza y compara el origen, desarrollo y diversidad de los sistemas y medios de comunicación.

C6 Argumenta un punto de vista en público de manera precisa, coherente y creativa.

GENÉRICAS SUGERIDAS

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

3.3 Cultiva relaciones interpersonales que contribuyen a su desarrollo humano y el de quienes lo rodean.

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

CE3 Expresar sus ideas de forma verbal o escrita, teniendo en cuenta las características de su (s) interlocutor (es) y la situación dada.

CE5 Precisar el mensaje escrito a la vez que escribe ideas con lenguaje claro, conciso.

CE4 Manifiesta sus ideas y puntos de vista de manera que los otros lo comprendan.

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos, reportes, bitácoras y listas de cotejo, entre otras. Y las evidencias de conocimientos, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otras. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras que arroje las evidencias y la presentación del portafolio.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
1	Aplica técnicas de comunicación	1	De acuerdo a los diferentes tipos de publico Con base al plan de mejora de imagen de la empresa Asumiendo una actitud ética acorde a los valores de la empresa		La aplicación de las técnicas de comunicación en diferentes públicos
2	Participa en la organización de eventos empresariales	1	De acuerdo al programa de actividades de la empresa Aplicado los valores que representan a la empresa		La participación en la organización de eventos empresariales
3	Participa en la selección de medios publicitarios	2	En función del nicho de mercado De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa Aplicando el código de ética de la empresa		La selección de medios publicitarios
4	Participa en la selección de productos promocionales	2	Considerando la utilidad del promocional En función al tipo de campaña De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa		La selección de productos promocionales

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
5	Apoya en la realización de la campaña publicitaria	3	Mediante el uso del software de diseño De acuerdo a las leyes y reglamentos establecidos De acuerdo al presupuesto del cliente y/o empresa	La campaña publicitaria realizada (Publicidad y planeación de las promociones)	
6	Auxilia en la medición de la efectividad de la campaña publicitaria	3	Mediante el uso de herramientas de medición De acuerdo al presupuesto de la empresa Con orden y principios de ética	El informe del resultado de medición elaborado	La medición de la campaña publicitaria

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

FUENTES DE INFORMACIÓN

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
1	Aplica técnicas de comunicación	1	Rodríguez Ardura, I. (2007). <i>Estrategias y técnicas de comunicación</i> . Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña.
2	Participa en la organización de eventos empresariales	1	Solís, L. (2008). <i>El know How, organización de eventos corporativos</i> . (1ª ed.). Recuperado el 18 de junio del 2012 de http://Lorenaal.bubok.es/ García Del Castillo, J.A. y López Sánchez, C. (2009). <i>Medios de comunicación, publicidad y adicciones</i> . (1ª ed.). Madrid: EDAF
3	Participa en la selección de medios publicitarios	2	Ferre Trenzano, J. (2003). <i>La promoción de ventas y el merchandising</i> . (1ª ed.). Océano. García Del Castillo, J. A. López Sánchez, C. (2009). <i>Medios de comunicación, publicidad y adicciones</i> . (1ª ed.). Madrid: EDAF
4	Participa en la selección de productos promocionales	2	Soriano Soriano, C. (2012). <i>Como Evaluar su publicidad</i> . (1ª ed.). España. Díaz Santos. Ferre Trenzano, J. (2003). <i>La promoción de ventas y el merchandising</i> . (1ª ed.). Océano. García Del Castillo, J.A. y López Sánchez, C. (2009). <i>Medios de Comunicación, Publicidad y Adicciones</i> . (1ª ed.). Madrid: EDAF
5	Apoya en la realización de la campaña publicitaria	3	Solís, L. (2008). <i>El know How, Organización de eventos corporativos</i> . (1ª ed.). Recuperado el 18 de junio del 2012 de http://Lorenaal.bubok.es/ García Del Castillo, J.A. y López Sánchez, C. (2009). <i>Medios de comunicación, publicidad y adicciones</i> . (1ª ed.). Madrid: EDAF

AUXILIA EN LA COMERCIALIZACIÓN APLICANDO LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

FUENTES DE INFORMACIÓN

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
6	Auxilia en la medición de la efectividad de la campaña publicitaria	3	<p>Ferre Trenzano, J. (2003). <i>La promoción de ventas y el merchandising</i>. (1ª ed.). Océano.</p> <p>García Del Castillo, J. A. López Sánchez, C. (2009). <i>Medios de comunicación, publicidad y adicciones</i>. (1ª ed.). Madrid: EDAF</p> <p>Soriano Soriano, C. (2012). <i>Como evaluar su publicidad</i>. (1ª ed.). España. Díaz Santos.</p>

MÓDULO IV

Información General

ASESORA AL CLIENTE

192 horas

// SUBMÓDULO 1

Aplica estrategias de servicio al cliente
96 horas

// SUBMÓDULO 2

Atiende al cliente para satisfacer sus necesidades
96 horas

OCUPACIONES DE ACUERDO AL SISTEMA NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES (SINCO)

4221	Agente y representante de ventas y consignatarios
------	---------------------------------------------------

SITIOS DE INSERCIÓN DE ACUERDO AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE AMÉRICA DEL NORTE (SCIÁN-2007)

551111	Corporativos
437112	Intermediación del comercio al por mayor

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de:

- Asesorar al cliente
 - Aplicar estrategias de servicio al cliente
 - Atender al cliente para satisfacer sus necesidades

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
1	Comercializa productos y servicios	1	De acuerdo a los requerimientos del cliente y oportunidad del mercado En función a los planes de comercialización de la empresa Con responsabilidad y ética alineados con los valores de la empresa
2	Brinda servicio al cliente	1	Aplicando el protocolo de atención al cliente de la empresa Asumiendo una actitud de respeto y tolerancia al cliente De acuerdo a los requerimientos del cliente
3	Resuelve conflictos	2	Conforme el protocolo de manejo de conflictos de la empresa Asumiendo una actitud de respeto y tolerancia al cliente
4	Realiza la negociación para la venta	2	De acuerdo a las necesidades de comercialización de la empresa Respetando las políticas de la empresa Aplicando el protocolo de atención al cliente de la empresa

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN**DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS**

Competencias que se requieren para desarrollar las profesionales. Se desarrollan desde el componente de formación básica.

C6 Argumenta un punto de vista en público de manera precisa, coherente y creativa.

CS10 Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

GENÉRICAS SUGERIDAS

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

AC2 Explorar las nuevas necesidades y carencias que surgen en el cliente al buscar la forma de satisfacerla.

AC4 Solucionar oportunamente los problemas que encuentran los clientes en los productos o servicios.

AC6 Realizar seguimiento de las necesidades del cliente para darle una respuesta.

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos, reportes, bitácoras y listas de cotejo, entre otras. Y las evidencias de conocimientos, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otras. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras que arroje las evidencias y la presentación del portafolio.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
1	Comercializa productos y servicios	1	De acuerdo a los requerimientos del cliente y oportunidad del mercado En función a los planes de comercialización de la empresa Con responsabilidad y ética alineados con los valores de la empresa		La comercialización de productos y servicios
2	Brinda servicio al cliente	1	Aplicando el protocolo de atención al cliente de la empresa Asumiendo una actitud de respeto y tolerancia al cliente De acuerdo a los requerimientos del cliente		El servicio brindado al cliente
3	Resuelve conflictos	2	Conforme el protocolo de manejo de conflictos de la empresa Asumiendo una actitud de respeto y tolerancia al cliente		La resolución de conflictos
4	Realiza la negociación para la venta	2	De acuerdo a las necesidades de comercialización de la empresa Respetando las políticas de la empresa Aplicando el protocolo de atención al cliente de la empresa		La negociación de ventas

FUENTES DE INFORMACIÓN

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
1	Comercializa productos y servicios	1	<p>Beverly Rokes, J. L. (2004). <i>Servicio al cliente: serie Business</i>. (1ª.ed). México: Thomson Learning.</p> <p>Paz Couso, R. (2005). <i>Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente</i>. (1ª ed). España: Ideas Propias.</p> <p>Diez, E.C., Navarro, A. y Peral, B. (2003). <i>Dirección de la fuerza de ventas</i>. (1ª ed.). España: ESIC.</p>
2	Brinda servicio al cliente	1	<p>Beverly Rokes, J.L. (2004). <i>Servicio al cliente: Serie Business</i> (1ª ed.). México: Thomson Learning.</p> <p>Paz Couso, R. (2005). <i>Servicio al cliente: La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente</i>. (1ª.ed). España: Ideas Propias.</p> <p>Diez, E.C., Navarro, A. y Peral, B. (2003). <i>Dirección de la fuerza de ventas</i>. (1ª ed.). España: ESIC.</p>
3	Resuelve conflictos	2	<p>De la Parra, E. y Madero, M. C. (2003). <i>Estrategias de ventas y negociación</i>. (1ª ed.). México: Panorama.</p> <p>Fernández Martos, S. (2005). <i>Técnicas de negociación: habilidades para negociar con éxito</i>. (1ª ed.). España: ideas propias.</p> <p>García Bobadilla, L. M. (2011). <i>Ventas</i>. (4ª ed.). España: ESIC.</p>
4	Realiza la negociación para la venta	2	<p>De la Parra, E. y Madero, M. C. (2003). <i>Estrategias de ventas y negociación</i>. (1ª ed.). México: Panorama.</p> <p>Fernández Martos, S. (2005). <i>Técnicas de negociación: habilidades para negociar con éxito</i>. (1ª ed.). España: ideas propias.</p> <p>García Bobadilla, L. M. (2011). <i>Ventas</i>. (4ª ed.). España: ESIC.</p>

MÓDULO V

Información General

POSICIONA EL PRODUCTO Y/O SERVICIO EN EL MERCADO

192 horas

// SUBMÓDULO 1

Ejecuta estrategias de mercadotecnia aplicando el marco legal
96 horas

// SUBMÓDULO 2

Aplica estrategias de ventas
96 horas

OCUPACIONES DE ACUERDO AL SISTEMA NACIONAL DE CLASIFICACIÓN DE OCUPACIONES (SINCO)

2511	Auxiliar y técnico en mercadotecnia, comercialización y publicidad
4221	Agentes y representantes de ventas y consignatarios

SITIOS DE INSERCIÓN DE ACUERDO AL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE AMÉRICA DEL NORTE (SCIAN-2007)

541910	Servicios de investigación de mercado y encuesta de opinión pública
551111	Corporativos

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar el módulo el estudiante será capaz de:

- Posicionar el producto y /o servicio en el mercado
 - Ejecutar estrategias de mercadotecnia aplicando el marco legal
 - Aplicar estrategias de ventas

COMPETENCIAS / CONTENIDOS POR DESARROLLAR

No.	PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES
1	Realiza la mezcla de la mercadotecnia	1	De acuerdo al producto y servicio Con respeto y honestidad, cuidando la imagen de la empresa De acuerdo al marco legal y ética profesional
2	Comercializa un bien o servicio	1	De acuerdo a las necesidades del mercado Con responsabilidad y honestidad Basado en leyes y reglamentos mercantiles
3	Realiza el proceso de venta	2	Considerando las características y necesidades del consumidor Expresando una actitud de respeto, seguridad y equidad
4	Realiza un plan de venta	2	Proyectando una actitud positiva y colaborativa De acuerdo a los objetivos de la empresa

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

Competencias que se requieren para desarrollar las profesionales. Se desarrollan desde el componente de formación básica.

- CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.
- CS7 Evalúa las funciones de las leyes y su transformación en el tiempo.

GENÉRICAS SUGERIDAS

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

- 4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.
- 9.3 Conoce sus derechos y obligaciones como mexicano y miembro de distintas comunidades e instituciones, y reconoce el valor de la participación como herramienta para ejercerlos.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

Estos atributos están incluidos en las competencias profesionales; por lo tanto no se deben desarrollar por separado.

- EP8 Actuar responsablemente de acuerdo a las normas y disposiciones definidas en un espacio dado.
- TE1 Realizar actividades para la concreción de objetivos y metas.
- OL4 Trabajar hasta alcanzar las metas o retos propuestos.

ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos, reportes, bitácoras y listas de cotejo, entre otras. Y las evidencias de conocimientos, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otras. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras que arroje las evidencias y la presentación del portafolio.

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	SITUACIONES	PRODUCTO	DESEMPEÑO
1	Realiza la mezcla de la mercadotecnia	1	De acuerdo al producto y servicio Con respeto y honestidad, cuidando la imagen de la empresa De acuerdo al marco legal y ética profesional		La realización de actividades de ventas
2	Comercializa un bien o servicio	1	De acuerdo a las necesidades del mercado Con responsabilidad y honestidad Basado en leyes y reglamentos mercantiles		La comercialización de bienes y servicios (utilizando documentos mercantiles)
3	Realiza el proceso de venta	2	Considerando las características y necesidades del consumidor Expresando una actitud de respeto, seguridad y equidad		La realización del proceso de venta
4	Realiza un plan de venta	2	Proyectando una actitud positiva y colaborativa De acuerdo a los objetivos de la empresa	El plan de venta elaborado	

No.	COMPETENCIAS PROFESIONALES	SUBMÓDULO	REFERENCIAS
1	Realiza la mezcla de la mercadotecnia	1	<p>Lamb, J., Charles, W., y Hair, C. Mc. (2006). <i>Marketing</i>. Cap.3, 4, 5 y 18. (8ª ed.). México: Thomson. pp. 542 - 548.</p> <p>Agenda Mercantil (2012). <i>Compendio de leyes, reglamentos y otras disposiciones de la materia</i>. México: ISEF. S. A.</p> <p>Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). <i>Fundamentos de marketing</i> (6ª ed.). México: Pearson Educación. P. 470.</p>
2	Comercializa un bien o servicio	1	<p>Anderson Rolph, E. (2006). <i>Administración de ventas</i>. (2ª ed.). México: McGraw Hill.</p> <p>Cámara de diputados del H. Congreso de la unión. (2012). <i>Ley general de títulos y Operaciones de Crédito</i>. Art. III Cap. I, II, III, IV y V. México: Diario Oficial de la federación.</p> <p>Dalrymple, D.J. y Cron, W.L. (2002). <i>Administración de ventas</i>. Parte 1. Cap.2. (3ª ed.). México: Limusa Wiley. pp.49-62.</p>
3	Realiza el proceso de venta	2	<p>Fisher, Laura. (2002). <i>Mercadotecnia</i> Cap.12 (4ª ed.).México: McGraw-Hill. pp.399-402.</p> <p>Marketísimo. (18 de febrero de 2008). <i>7 pasos para posicionar una marca o producto</i>. Recuperado el 18 de junio de 2012 de http://marketisimo.blogspot.mx/2008/02/7-pasos-para-posicionar-una-marca-o.html</p>
4	Realiza un plan de venta	2	<p>Dorfsman Figueroa, I. (2008). <i>Marketing Mix</i>. Cap.8. (5ª.ed). México: Just i time press. P. 119.</p> <p>Fisher, L. (2002). <i>Mercadotecnia</i>. Cap.5. (4ª ed.). México: McGraw-Hill. pp.81-85.</p>

NOMBRE Y DESCRIPCIÓN TÉCNICA	MÓDULOS
EQUIPOS	
Tablet de Vodafone	I, II, III, IV y V
Impresora multifuncional láser	I, II, III, IV y V
Computadora de escritorio	I, II, III, IV y V
Computadora Portátil	I, II, III, IV y V
Proyector Digital	I, II, III, IV y V
Pantalla para proyección	I, II, III, IV y V
Pantalla Led	I, II, III, IV y V
DVD	I, II, III, IV y V
Kit de audio Baffle	I, II, III, IV y V
Video Cámara	I, II, III, IV y V
Regulador de voltaje	I, II, III, IV y V
Servidor	I, II, III, IV y V
Cámara gesell	I, II, III, IV y V
Pizarrón interactivo	I, II, III, IV y V
MOBILIARIO	
Anaquel metálico	I, II, III, IV y V
Mesa para computadora	I, II, III, IV y V
Soporte de pared con sistema electrónico para plasma, Led y Lcd	I, II, III, IV y V
Despachador de agua 7WDAB900SS	I, II, III, IV y V
Escritorio de recepción de la feria profesional	I, II, III, IV y V
Archivero de 4 gavetas	I, II, III, IV y V

NOMBRE Y DESCRIPCIÓN TÉCNICA	MÓDULOS
MOBILIARIO	
Silla semi ejecutiva	I, II, III, IV y V
Escritorio ejecutivo	I, II, III, IV y V
Pedestal (Tripié)	I, II, III, IV y V
SOFTWARE	
Software para mercadeo y prospección	I, II, III, IV y V
MATERIAL	
Carpeta lefort	I, II, III, IV y V
Perforadora de papel	I, II, III, IV y V
Grapadora sobremesa el casco m-35	I, II, III, IV y V
Cartucho de tonner	I, II, III, IV y V
Silla confidente polipropileno azul estructura pintura	I, II, III, IV y V
Kit de clips varios tamaños	I, II, III, IV y V
Fechador automático	I, II, III, IV y V
Engargoladora para anillo plástico Kombo 500	I, II, III, IV y V
Apuntador Láser	I, II, III, IV y V
Cesto de basura	I, II, III, IV y V

3

Consideraciones
para desarrollar
los módulos
en la formación
profesional

ANÁLISIS DEL PROGRAMA DE ESTUDIO

Mediante el análisis del programa de estudios de cada módulo, usted podrá establecer su planeación y definir las estrategias de formación en el taller, laboratorio o aula, que favorezcan el desarrollo de las competencias profesionales, genéricas y de productividad y empleabilidad a través de los momentos de apertura, desarrollo y cierre, de acuerdo con las condiciones regionales, situación del plantel y características de los estudiantes.

Consideraciones pedagógicas

- Analice el resultado de aprendizaje del módulo, para que identifique lo que se espera que el estudiante logre al finalizar el módulo.
- Analice las competencias profesionales en el apartado de contenidos. Observe que algunas de ellas son transversales a dos o más submódulos. Esto significa que el contenido deberá desarrollarse tomando en cuenta las características propias de cada submódulo.
- Observe que las competencias genéricas y las competencias de productividad y empleabilidad sugeridas del módulo están incluidas en la redacción de las competencias profesionales. Esto significa que no deben desarrollarse por separado. Para su selección se consideraron los atributos de las competencias genéricas y las competencias de productividad y empleabilidad que tienen mayor probabilidad de desarrollarse para contribuir a las competencias profesionales, por lo cual no son limitativas, usted puede seleccionar otros atributos que considere pertinentes.
- Las competencias disciplinares básicas sugeridas son requisitos para desarrollar las competencias profesionales, por lo cual no se desarrollan explícitamente. Deben ser consideradas en la fase de apertura a través de un diagnóstico, a fin de comprobar si el alumno las desarrolló en el componente de formación básica.
- Analice en el apartado de estrategia de evaluación del aprendizaje los productos o desempeños sugeridos a fin de determinar en la estrategia didáctica que usted elabore, las evidencias de la formación de las competencias profesionales.
- Analice la estrategia didáctica sugerida, en la que se presentan las actividades de apertura, desarrollo y cierre relacionadas con el tipo de evaluación (autoevaluación, coevaluación o heteroevaluación), la evidencia (conocimiento, desempeño o producto), el instrumento que recopila la evidencia y su ponderación. A fin de determinar estos elementos en la estrategia didáctica que usted elabore.

ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Mediante el análisis de la información de la carrera y de las competencias por cada módulo, usted podrá elaborar una propuesta de co-diseño curricular con la planeación de actividades y aspectos didácticos, de acuerdo con los contextos, necesidades e intereses de los estudiantes, que les permita ejercer sus competencias en su vida académica, laboral y personal, y que sus logros se reflejen en las producciones individuales y en equipo, en un ambiente de cooperación.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA DEL SUBMÓDULO POR DESARROLLAR

FASE DE APERTURA

La fase de apertura permite explorar y recuperar los saberes previos e intereses del estudiante, así como los aspectos del contexto relevantes para su formación. Al explicitar estos hallazgos en forma continua, es factible reorientar o afinar las estrategias didácticas centradas en el aprendizaje, los recursos didácticos y el proceso de evaluación del aprendizaje, entre otros aspectos seleccionados.

Consideraciones pedagógicas

- Recuperación de experiencias, saberes y preconcepciones de los estudiantes, para crear andamios de aprendizaje y adquirir nuevas experiencias y competencias.
- Reconocimiento de competencias por experiencia o formación, por medio de un diagnóstico, con fines de certificación académica y posible acreditación del submódulo.
- Integración grupal para crear escenarios y ambientes de aprendizaje.
- Mirada general del estudio, ejercitación y evaluación de las competencias profesionales y genéricas.

FASE DE DESARROLLO

La fase de desarrollo permite crear escenarios de aprendizaje y ambientes de colaboración para la construcción y reconstrucción del pensamiento a partir de la realidad y el aprovechamiento de apoyos didácticos, para la apropiación o reforzamiento de conocimientos, habilidades y actitudes, así como para crear situaciones que permitan valorar las competencias profesionales y genéricas del estudiante, en contextos escolares y de la comunidad.

Consideraciones pedagógicas

- Creación de escenarios y ambientes de aprendizaje y cooperación, mediante la aplicación de estrategias, métodos, técnicas y actividades centradas en el aprendizaje, como aprendizaje basado en problemas (ABP), método de casos, método de proyectos, visitas al sector productivo, simulaciones o juegos, uso de TIC, investigaciones y mapas o redes mentales, entre otras, para favorecer la generación, apropiación y aplicación de competencias profesionales y genéricas en diversos contextos.
- Fortalecimiento de ambientes de cooperación y colaboración en el aula y fuera de ella, a partir del desarrollo de trabajo individual, en equipo y grupal.

ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIDÁCTICA

- Integración y ejercitación de competencias y experiencias para aplicarlas, en situaciones reales o parecidas, al ámbito laboral.
- Aplicación de evaluación continua para verificar y retroalimentar el desempeño del estudiante, de forma oportuna y pertinente.
- Recuperación de evidencias de desempeño, producto y conocimiento, para la integración del portafolio de evidencias.

FASE DE CIERRE

La fase de cierre propone la elaboración de síntesis, conclusiones y reflexiones argumentativas que, entre otros aspectos, permiten advertir los avances o resultados del aprendizaje en el estudiante y, con ello, la situación en que se encuentra, con la posibilidad de identificar los factores que promovieron u obstaculizaron su proceso de formación.

Consideraciones pedagógicas

- Verificar el logro de las competencias profesionales y genéricas planteadas en el submódulo, y permitir la retroalimentación o reorientación, si el estudiante lo requiere o solicita.
- Verificar el desempeño del propio docente, así como el empleo de los materiales didácticos, además de otros aspectos que considere necesarios.
- Verificar el portafolio de evidencias del estudiante.

SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES

SITUACIONES

Ejecuta los procesos comerciales

A través de la planeación de la empresa
 En apego a las estrategias de compra- venta de la empresa
 Asumiendo una actitud colaborativa de acuerdo a las metas y objetivos del puesto

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS1 Identifica el conocimiento social y humanista como una construcción en constante transformación.

GENÉRICAS SUGERIDAS

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

6.1 Elige las fuentes de información más relevantes para un propósito específico y discrimina entre ellas de acuerdo a su relevancia y confiabilidad.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO2 Tener claras las metas y objetivos de su área y de su puesto.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante conoce a través de una explicación por el docente, los contenidos del curso, la forma de evaluar, así como las ocupaciones en la que se podrá desarrollar laboralmente. El docente proporciona al estudiante el programa y mediante una lluvia de ideas confirma la comprensión del mismo y las competencias que tendrá que aplicar.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre los contenidos del programa de estudio / Lista de asistencia	4%
El estudiante se integra en un equipo mediante una lluvia de ideas, identifica y enlista los requerimientos para realizar una fiesta de quince años para una compañera, al final el equipo intercambia y presenta sus conclusiones. Escucha las recomendaciones que el docente proporciona en relación a la importancia de utilizar el proceso administrativo en esta actividad.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre la actividad / Lista de asistencia	3%
El estudiante reconoce mediante una exposición del docente los elementos importantes del proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control) y la aplicación de estos en la comercialización.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre el tema / Lista de control	2%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante la técnica de investigación documental realiza una consulta vía internet y/o bibliográfica sobre la clasificación de las empresas, considerando el giro o actividad y tamaño de las mismas, y en equipo revisa la información elaborando un mapa conceptual que presenta al grupo para retroalimentar la información con sus compañeros y asesoramiento del docente.	Coevaluación	P: El mapa conceptual de empresa elaborado / Lista de asistencia	5%
El estudiante realiza una visita a una empresa mediana de su elección, solicitando el organigrama para identificar el área de mercadotecnia y sus funciones. Y presenta la información al docente.	Heteroevaluación	P: El organigrama elaborado / Lista de cotejo	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA
// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante observa un video que el docente elige y proyecta al grupo y, mediante una guía de observación proporcionada por el docente, el estudiante registra las diferentes actividades del área de ventas; después realiza un análisis de la información, lo comparte con el grupo y con la ayuda del docente complementa los conceptos identificados en el video.	Coevaluación	D: El registro de actividades de ventas / Guía de observación	10%
El estudiante observa mediante una técnica demostrativa que hace el docente, los pasos que conlleva el proceso de comercialización (compra, transportación, almacenamiento y venta) de productos seleccionados; registra el proceso y, mediante un intercambio de ideas con su equipo de trabajo, se enlista los pasos en mención.	Heteroevaluación	P: El proceso de comercialización enlistado / Lista de cotejo	10%
Los estudiantes organizados en cuarteto realizan a través de una dramatización los pasos de comercialización con un producto elegido. Durante la práctica un estudiante tomara el rol de comprador, otro de transportista, otro almacenista y el último de comprador. Al finalizar la primera dramatización, se intercambiaran los roles de cada uno y comentan sus experiencias del proceso. El docente retroalimenta y aclara dudas.	Coevaluación	D: La ejecución del proceso de comercialización / Guía de observación	10%
El estudiante observa mediante una técnica demostrativa por el docente, los pasos que conlleva el proceso de comercialización de servicios seleccionados (financiamiento, información de mercado, coberturas de riesgos y venta), registra el proceso y mediante un intercambio de ideas en equipos se enlista los pasos en mención.	Heteroevaluación Coevaluación	P: El proceso de comercialización de servicios enlistado / Lista de cotejo	10%
Los estudiantes organizados en cuarteto realizan a través de una dramatización los pasos de comercialización con un servicio elegido. Asumiendo una actitud colaborativa. Durante la práctica los estudiantes tomaran el rol de un vendedor, financiador, informador de mercado, de un asesor de cobertura de riesgos y, al finalizar la primera dramatización se intercambiaran los roles de cada uno y comentan sus experiencias del proceso. El docente retroalimenta y aclara dudas a cada equipo de trabajo.	Coevaluación	D: La ejecución del proceso de comercialización de servicios / Guía de observación	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante una técnica autónoma y formando equipos de trabajo realiza una presentación de forma expositiva en Power point, del proceso administrativo, aplicado en el área funcional de ventas y ejecutando los pasos del proceso de comercialización (compras, ventas, transportación almacenaje, coberturas de riesgos, financiamiento e información de mercados) para lo cual tomará como ejemplo una empresa reconocida de su localidad para llevar a cabo la actividad. El docente mediante una lista de cotejo evalúa la participación y desempeño del estudiante.	Coevaluación	D: La exposición del proceso administrativo / Guía de observación	16%
El estudiante individualmente recopila los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia didáctica integrando su portafolio de evidencias.	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	10%

SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES

SITUACIONES

Realiza presupuestos y pronósticos de ventas

De acuerdo a las políticas de la empresa
 Considerando el plan de ventas
 De manera ordenada y limpia
 De forma honesta y eficiente

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS1 Identifica el conocimiento social y humanista como una construcción en constante transformación.

GENÉRICAS SUGERIDAS

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO5 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.

AD5 Aceptar y aplicar los cambios de los procedimientos y de las herramientas de trabajo.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante una técnica de lluvia de ideas comenta en equipo de cinco compañeros la asignación de presupuesto que le dan sus padres para los gastos de su semana. Y elaboran un listado de la distribución del presupuesto conforme a los gastos que realizan en el periodo establecido y de manera consensual; cada equipo expondrá un presupuesto frente al grupo.	Autoevaluación	P: El presupuesto elaborado / Lista de control	2%
El estudiante con base a los presupuestos expuestos por cada equipo, analiza el rubro en donde se asigna mayor, mediano y menor presupuesto. De la misma forma en plenaria analizarán los motivos principales de la asignación de dicho presupuesto.	Autoevaluación	D: La participación individual / Lista de control	3%
El estudiante en equipo de 6 integrantes realiza un pronóstico de los gastos que generaría el cambio del ingreso de estudio a nivel superior, considerando los factores que implica dicho cambio. El estudiante designado por el equipo expondrá en forma plenaria el pronóstico elaborado y lo entrega al docente para su evaluación.	Autoevaluación	D: La participación individual / Lista de control P: El pronóstico elaborado / Lista de control	3%
El estudiante con base a los pronósticos expuestos por cada equipo, analiza el rubro en donde se asignará mayor, mediano y menor gasto. De la misma forma en plenaria analizarán los motivos principales de la asignación de gastos en dicho pronóstico.	Autoevaluación	D: La participación individual / Lista de control	2%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante un trabajo en equipo, consulta en diferentes fuentes de información recomendada y validada por el docente (bibliografía, internet, etc.), el proceso para la realización de un presupuesto y elabora un cuadro sinóptico del tema descrito. El estudiante designado por su equipo expone el tema ante sus compañeros del grupo y el docente retroalimenta dicha actividad.	Heteroevaluación	P: El cuadro sinóptico del proceso de presupuesto elaborado / Lista de cotejo	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante la técnica de modelaje por parte del docente, conoce la forma y aspectos a considerar en la elaboración de un presupuesto de acuerdo a las políticas establecidas de una empresa. El estudiante realiza un listado de los aspectos más relevantes e importantes de dicho presupuesto.	Coevaluación	P: El proceso del presupuesto listado / Lista de control	10%
El estudiante resuelve un caso práctico en el cual realiza un presupuesto sobre un evento para ventas elaborado por el docente. El estudiante entrega el presupuesto mediante un reporte y el docente de forma aleatoria elige a tres alumnos para que en forma plenaria expongan sus resultados, y sus compañeros y el docente retroalimenten.	Coevaluación	P: El reporte de presupuesto elaborado / Lista de control	10%
El estudiante realiza un mapa conceptual de los elementos más importantes y relevantes del tema de pronósticos expuesto por el docente y lo intercambia con compañeros de grupo para completarlo.	Coevaluación	P: El mapa conceptual de elementos de pronóstico elaborado / Lista de control	10%
El estudiante mediante la técnica de modelaje por parte del docente, conoce la forma y aspectos a considerar en la elaboración de un pronóstico del departamento de ventas de acuerdo a las políticas establecidas del área. El estudiante realiza un listado de los aspectos más relevante e importantes de dicho pronóstico.	Heteroevaluación	P: Los aspectos relevantes del pronóstico enlistados / Lista de cotejo	10%
El estudiante resuelve un caso práctico proporcionado por el docente en el cual realiza un pronóstico sobre una venta (promoción de un producto). El estudiante entrega el pronóstico mediante un reporte y el docente de forma aleatoria elige a tres alumnos para que en forma plenaria expongan sus resultados, la actividad se retroalimenta por compañeros de grupo y docente.	Coevaluación	P: El reporte de pronóstico elaborado / Lista de control	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMODULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante mediante una práctica autónoma resuelve un caso práctico proporcionado por el docente, que consiste en la elaboración de un presupuesto y un pronóstico sobre una venta; Al término, el estudiante entrega un reporte del presupuesto y pronóstico debidamente elaborado. El docente, a través de una exposición, presenta las observaciones pertinentes para su retroalimentación por parte del grupo.	Coevaluación	P: El reporte de presupuesto y pronóstico elaborado / Lista de cotejo	12%
El estudiante asiste al área de ventas de una empresa cercana a su localidad, para identificar el proceso a realizar en los presupuestos y pronósticos y, mediante una lista de cotejo, corrobora los elementos vistos en clase para dicha actividad. En el salón de clase en forma plenaria se retroalimentarán los aspectos más importantes de la visita.	Coevaluación	P: La lista de cotejo del proceso de presupuestos y pronóstico aplicado / Lista de cotejo	12%
El estudiante individualmente recopila los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia didáctica integrando el portafolio de evidencias.	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	6%

SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES SITUACIONES

Auxilia en la organización de los procesos de compra-venta	De acuerdo a los procedimientos de la empresa De forma honesta y eficiente Con actitud cordial
------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.	8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO2 Tener claras las metas y objetivos de su área y de su puesto.	PO5 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.
AD5 Aceptar y aplicar los cambios de los procedimientos y de las herramientas de trabajo.	

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
<p>El estudiante de manera cronológica presenta a través de un listado las actividades que realiza durante una semana contemplando diferentes aspectos (escolares, sociales y familiares). El docente de forma aleatoria le pide a 5 alumnos pasar frente al grupo a exponer el resultado de su trabajo y el docente retroalimenta resaltando los aspectos más importantes que influyen en la organización. Los alumnos enlistan los puntos importantes que el docente expone.</p>	Autoevaluación	P: La lista de actividades elaborada / Lista de control	5%
<p>El estudiante enumera los pasos que sigue al realizar la compra de sus necesidades de consumo, el docente indicará qué factores externos debe tomar en cuenta (ubicación del proveedor, transporte, tiempo y presupuesto), lo presenta al grupo y compara resultados para su entrega final al docente.</p>	Heteroevaluación	P: Los pasos para realizar la compra enlistados / Lista de control	5%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
<p>El estudiante mediante un trabajo en equipo, consulta diferentes fuentes de información recomendadas y validadas por el docente (bibliografía, internet, etc.) respecto al tema de organización y elabora un cuadro sinóptico.</p> <p>El equipo elige a un compañero para que exponga el trabajo realizado ante sus compañeros del grupo y el docente, comparan e intercambian información para completar el cuadro sinóptico.</p>	Heteroevaluación	P: El Cuadro sinóptico de organización elaborado / Lista de control	10%
<p>El estudiante a través de un caso práctico proporcionado por el docente observa cómo se analiza e identifica el cómo está organizado el departamento de ventas en una empresa, el estudiante realiza un listado de las diferentes áreas que componen dicho departamento. El docente en forma plenaria retroalimenta y enfatiza las actividades del departamento de ventas como son las funciones, zonas geográfica y mercados de clientes.</p>	Coevaluación	P: Las áreas de ventas enlistadas / Lista de control	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante se integra a un equipo de trabajo de cinco alumnos y mediante una práctica guiada por el docente analiza y elabora un listado de las formas de organización del departamento de ventas. El docente elige a dos equipos para exponer ante sus compañeros del grupo lo realizado; el docente retroalimenta enfatizando las dimensiones de las actividades de ventas como son las funciones, zonas geográfica y mercados de clientes.	Coevaluación	P: Listado de las funciones del departamento de ventas / Lista de cotejo	10%
El estudiante realiza un mapa conceptual del proceso de compra con la información proporcionada por el docente y, en equipo de 5 personas, expone el mapa conceptual e intercambia sus conclusiones con sus compañeros de grupo, mientras el docente retroalimenta el tema.	Coevaluación	P: El mapa conceptual del proceso de compra elaborado / Lista de control	10%
El estudiante a través de una práctica de modelaje realizada por el docente, observa el proceso de compra-venta y elabora un listado en orden cronológico sobre el procedimiento. Al terminar la práctica los alumnos intercambian ideas y elaboran un listado de lo observado.	Coevaluación	P: El listado de los pasos del proceso de compra-venta elaborado / Lista de control	10%
El estudiante en equipos de 5 integrantes realiza una práctica de campo establecida por el docente, que consiste en la visita a una tienda de autoservicio cercana a su localidad, para entrevistar al gerente y/o supervisor de compras, conocer sobre el procedimiento que realizan al hacer la compra y la venta de los diferente insumos que comercializan, el estudiante elabora un listado de los pasos que el gerente y/o supervisor de compras notifica y los presenta al grupo y al docente.	Heteroevaluación	P: Los procedimiento de compra y venta enlistados / Lista de control	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 1 Apoya en los procesos logísticos del área de ventas - 96 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
<p>El estudiante mediante una práctica autónoma resuelve un caso práctico con la información proporcionada por el docente, que consiste en organizar las funciones del departamento de ventas. Al término el estudiante entrega un reporte de las funciones debidamente elaborado.</p> <p>El docente a través de una exposición, presenta las observaciones pertinentes para su retroalimentación.</p>	Heteroevaluación	P: Las funciones de venta enlistadas y organizadas / Lista de cotejo	10%
<p>El estudiante conformado en equipos mediante una práctica autónoma, resuelve un caso práctico proporcionado por el docente que consiste en el proceso de compra-venta. Al término el estudiante entrega los formatos debidamente elaborados.</p> <p>Durante la práctica los estudiantes tendrán diferentes roles, los cuales se intercambiarán al término de cada proceso, y al final se retroalimenta la participación de cada uno de acuerdo a los listados elaborados en las prácticas de modelaje.</p> <p>El docente a través de una exposición, presenta las observaciones pertinentes para su retroalimentación.</p>	Coevaluación	D: La solución del caso práctico / Guía de observación P: Los formatos requisitados / Lista de cotejo	10%
<p>El estudiante individualmente recopila los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia didáctica integrando el portafolio de evidencias.</p>	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	10%

SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES

SITUACIONES

Registra y controla entradas y salidas del almacén

Con apego a los métodos establecidos por la empresa
Demostrando una actitud honesta, de limpieza y orden

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

8.3 Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

AD5 Aceptar y aplicar los cambios de los procedimientos y de las herramientas de trabajo.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante conoce a través de una lluvia de ideas y explicación realizada por el docente, los contenidos del submódulo, la forma de evaluar, así como los sitios de inserción en los que se podrá desarrollar. El docente le proporciona fotocopias del programa y verifica la comprensión del mismo a través del subrayado de los elementos principales del programa.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de asistencia	5%
El estudiante a través de un video sobre el tema “Almacenamiento en logística” identificará los pasos a seguir para llevar a cabo el registro y control del almacén. El estudiante a través de la técnica de lluvia de ideas comenta en binas los puntos principales del video, presentando al grupo su conclusión.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de asistencia	5%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante conoce mediante la técnica de modelaje del profesor, la importancia del control de almacén, tipos de almacenajes y los distintos procedimientos para el registro y control de mercancías. El estudiante realiza un listado, comenta en binas mediante la técnica de lluvia de ideas, compara sus respuestas y las expone al grupo.	Coevaluación	P: Los procedimientos para el control de almacén listados / Guía de observación	10%
El estudiante conoce durante el video “Valuación de inventario: PEPS” el método de inventarios de “primeras entradas – primeras salidas”. El estudiante hace notas con respecto al registro de las operaciones en las tarjetas. En equipos intercambian la información, el docente retroalimenta y al final los estudiantes presentan sus conclusiones.	Coevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de control	5%
El estudiante en equipos, mediante una práctica guiada por el docente, realiza el llenado de la tarjeta de almacén mediante el procedimiento PEPS de manera ordenada y limpia, considerando 20 registros proporcionados por el docente de acuerdo al procedimiento. Posteriormente el estudiante intercambia experiencias sobre los registros de operaciones realizados, retroalimentando el docente dicha actividad.	Coevaluación	P: La tarjeta de almacén llenada / Lista de cotejo	10%

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante conoce durante el video “Valuación de inventario: UEPS” el método de inventarios de últimas entradas – primeras salidas. El estudiante toma nota con respecto al registro de las operaciones en las tarjetas y en equipos intercambian la información presentando sus conclusiones.	Coevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de control	5%
El estudiante en equipos, mediante una práctica guiada por el docente, realiza el llenado de la tarjeta de almacén mediante el procedimiento UEPS de manera ordenada y limpia, considerando 20 registros proporcionados por el docente de acuerdo al procedimiento. Posteriormente el estudiante intercambia experiencias sobre los registros de operaciones realizados, retroalimentando el docente dicha actividad.	Coevaluación	P: La tarjeta de almacén llenada / Lista de cotejo	10%
El estudiante conoce durante el video “Valuación de inventario: PROMEDIO” el método de inventarios de últimas entradas – primeras salidas. El estudiante toma nota con respecto al registro de las operaciones en las tarjetas y en equipos intercambian la información presentando conclusiones.	Coevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de control	10%
El estudiante en equipos mediante una práctica guiada por el docente realiza el llenado de la tarjeta de almacén mediante el procedimiento PEPS de manera ordenada y limpia, considerando 20 registros proporcionados por el docente de acuerdo al procedimiento. Posteriormente el estudiante intercambia experiencias sobre los registros de operaciones realizados, retroalimentando los compañeros de equipo y docente dicha actividad.	Coevaluación	P: La tarjeta de almacén llenada / Lista de cotejo	10%
El estudiante en equipos, formados por el docente realiza una investigación de campo a una empresa cercana a su localidad, sobre cómo se realiza el registro y control de almacén en la empresa. El estudiante mediante una plenaria y designando un expositor por equipo, expondrá los resultados de su investigación, entregando un informe con los puntos abordados.	Heteroevaluación	P: El informe de investigación elaborado / Rúbrica	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante realiza en equipo una práctica autónoma, que consiste en el llenado de tres tarjetas de almacén, mediante los procedimientos PEPS, UEPS y PROMEDIO de manera ordenada y limpia, considerando 50 registros proporcionados por el docente, los cuales se registrarán por los 3 procedimientos vistos. Posteriormente el estudiante intercambia experiencias sobre los registros de operaciones realizadas, retroalimentando al docente dicha actividad.	Coevaluación	D: El llenado de las tarjetas de almacén / Guía de observación P: Las tarjetas de almacén llenadas / Lista de cotejo	15%
El estudiante a través de una técnica de lluvia de ideas, desarrolla un diálogo reflexivo para establecer conclusiones sobre registro y control del almacén. El estudiante presenta una síntesis escrita y comentada, que integra a los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia didáctica, integrando el portafolio de evidencias.	Autoevaluación	D: La síntesis elaborada / registro de participación P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	5%

SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES

SITUACIONES

Clasifica pedidos de productos y/o servicios

Conforme a la orden de compra
De acuerdo a los productos que comercializa la empresa
De acuerdo a la codificación establecida por la empresa

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

OM6 Revisar las acciones llevadas a cabo con el fin de realizar mejoras y adaptarlas a los procedimientos.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA
// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante realiza un listado de las diferentes presentaciones que tiene un producto, al finalizar lo comenta en plenaria para conocer las características que lo conforman y atiende a las observaciones que realiza el docente.	Autoevaluación	P: Las diferentes presentaciones de los productos enlistadas / Lista de control	5%
El estudiante se forma en equipo de cuatro y realiza una codificación para cada presentación del producto y en plenaria explica qué elementos utilizó para determinar cada codificación de los productos.	Autoevaluación	P: La codificación del producto elaborada / Lista de control	5%
El estudiante conoce a través de una exposición realizada por el docente los contenidos de la competencia, la forma de evaluar, así como los sitios de inserción en los que se podrá desarrollar. El estudiante tomara apuntes de los criterios a evaluar y los llevará para que firmen sus tutores.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de control	5%
El estudiante mediante la técnica de lluvia de ideas realiza un listado y comenta en forma plenaria los problemas que se pueden suscitar en un almacén que no tenga clasificados sus productos, el docente retroalimenta la información.	Coevaluación	D: La participación del estudiante / Lista de control	5%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante consulta material bibliográfico y analiza los conceptos básicos sobre: normalización, máximos y mínimos, codificación, método de los inventarios, la comparte con el grupo para intercambiar información y presenta A B C un reporte.	Heteroevaluación	P : El reporte elaborado / Lista de control	5%
El estudiante mediante la técnica de modelaje por parte del docente conoce la forma de clasificar y organizar los productos y/o servicios, aplicando la normalización de acuerdo a las situaciones que se le presenten, y en base a la práctica, el estudiante realiza un listado de los pasos a seguir. El estudiante realiza prácticas guiadas sobre los procedimientos para clasificar los productos y servicios basados en la técnica de normalización y al final comenta sus resultados en forma plenaria, comparando sus resultados con compañeros, para ser retroalimentado.	Coevaluación	P: Los pasos para codificar productos anotados / Lista de cotejo D: La clasificación de los productos y / o servicios / Guía de observación	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
<p>El estudiante a través de una práctica demostrativa que realiza el docente enlista los factores que se toman en cuenta para determinar los máximos y mínimos de un producto, intercambia información con compañeros y aclara dudas.</p> <p>El estudiante mediante una práctica guiada y en base al reporte de la investigación realizada anteriormente y la práctica demostrativa, analiza la demanda de un producto en un periodo de tiempo determinado y realiza un listado de las situaciones que pueden hacer que el producto tenga variaciones de demanda y cómo afecta en los inventarios de una empresa. El estudiante debe exponer en forma plenaria su análisis.</p>	Coevaluación	<p>P: La demanda de un producto analizada / Lista de cotejo</p> <p>D: La presentación del análisis de demanda de un producto / Guía de observación</p>	10%
<p>El estudiante a través de una práctica demostrativa observa el análisis que realiza el docente para determinar los productos que corresponden al grupo A B y C, de acuerdo al método A B C de los inventarios.</p> <p>El estudiante mediante el uso de las TIC realiza un video del tema A B C de los inventarios, visitando una empresa que él seleccione para conocer el proceso y los resultados serán proyectados en el salón de clase para su retroalimentación.</p>	Heteroevaluación	<p>P: El video de A B C de inventario elaborado / Lista de control</p> <p>D: La exposición del proceso de un inventario de la empresa visitada / Guía de observación</p>	10%
<p>El estudiante realiza un mapa conceptual sobre los tipos de codificación que existen, se comenta frente a grupo, el docente retroalimenta a través de una práctica demostrativa, en el cual muestra las diferentes formas de realizar la codificación de los productos y /o servicios.</p>	Heteroevaluación	<p>P: El mapa conceptual de los tipos de codificación elaborado / Rúbrica</p>	5%
<p>Los estudiantes en equipo, a través de una práctica autónoma, realizan diferentes tipos de codificación, analizando las características para determinar los códigos. El estudiante realizará los códigos de productos que el docente le asigne y enlistará los elementos que consideró para determinar los códigos y lo expondrá en forma plenaria en el salón de clases para su retroalimentación.</p>	Coevaluación	<p>P: Los códigos de los productos realizados / Rúbrica</p> <p>D: La codificación de los productos asignados / Guía de observación</p>	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante formado en binas analiza y resuelve un caso práctico proporcionado por el docente que consiste en clasificar los productos y/o servicios de acuerdo a las siguientes técnicas: Normalización, A B C de los inventarios, codificación, máximos y mínimos. Al terminar entrega la solución del caso mediante un reporte y en forma plenaria expondrá la resolución del caso para el análisis grupal y la retroalimentación del docente.	Coevaluación	P: El reporte elaborado / Rubrica D: La clasificación de los productos y/o servicios / Guía de observación	20%
El estudiante de forma individual recopila los documentos generados durante el desarrollo de la competencia y lo integra en su portafolio de evidencias.	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de control	10%

SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

COMPETENCIAS PROFESIONALES

SITUACIONES

Organiza y clasifica los documentos de comercialización

De acuerdo a las políticas establecidas por el departamento de ventas
Para el área de ventas
De manera ordenada

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN

DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO2 Tener claras las metas y objetivos de su área y de su puesto.

PO5 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.

OM6 Revisar las acciones llevadas a cabo con el fin de realizar mejoras y adaptarlas a los procedimientos.

AD5 Aceptar y aplicar los cambios de los procedimientos y de las herramientas de trabajo.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante a través de la técnica de lluvia de ideas comenta en binas cuáles son los documentos que utiliza una empresa para su comercialización, tanto interna como externamente. El estudiante mediante una plenaria expone su punto de vista generando un listado de documentos, intercambiando el trabajo desarrollado y por equipo verifican el suyo propio.	Autoevaluación	D: El listado de documentos / Guía de observación	5%
El estudiante conoce a través de la técnica de modelaje realizada por el docente, los diferentes procesos existentes, además de los de comercialización como administrativos, de recursos humanos, financieros, entre otros. El docente proporciona al estudiante fotocopias de algunos documentos a fin de los clasifique de acuerdo a los temas revisados e intercambia información registrando sus resultados.	Heteroevaluación	D: La clasificación de los documentos / Guía de observación	5%
Por equipo los estudiantes analizan el conjunto de documentos empresariales que les es proporcionado por el docente, realiza la separación de documentos del proceso de comercialización y de otros procesos o actividades. Dentro del equipo, uno de los integrantes observa el proceso y al final se retroalimentan y presenta mediante una plenaria sus resultados con los documentos debidamente organizados.	Coevaluación	D: El análisis de documentos / Guía de observación	5%
Los estudiantes realizan una investigación documental y presentan las actividades relativas a la organización y clasificación de documentos, la importancia de estas acciones y su repercusión en las áreas relacionadas con la comercialización, el estudiante por equipo presenta sus conclusiones.	Heteroevaluación	D: La exposición de organización y clasificación de documentos / Guía de observación P: La investigación realizada / Rúbrica	5%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
Los estudiantes realizan práctica guiada y, formados en equipo por el docente, representan las áreas de ventas, compras, mercadotecnia y promoción de la empresa, y realizan en bosquejo, el o los documentos que correspondan a cada actividad señalada y elaboran un listado. El estudiante presenta sus resultados mediante una plenaria, valorando si la información formulada responde a las necesidades de las áreas.	Coevaluación	P: El bosquejo de los documentos realizados / Lista de cotejo	10
El estudiante escucha la exposición que realiza el docente sobre los posibles problemas que se provoca en las áreas de comercialización de la empresa, por falta de información de acuerdo al estudio de caso generado, los estudiantes integrados en equipos, y mediante lluvia de ideas enuncian las repercusiones en las áreas en las que no se cumpla con la entrega de documentación en la empresa. Por equipo, se exponen e intercambian sus ideas escritas.	Heteroevaluación	D: La participación individual / Guía de observación	15
El estudiante identifica mediante una técnica expositiva por parte del docente, la problemática a la que se enfrentan las empresas por la falta de organización o archivo de la documentación que se genera al interior o que se recibe con motivo de la comercialización. Los estudiantes realizan anotaciones con respecto a la organización y clasificación de documentación de uso interno, manifiestan su perspectiva respecto a las repercusiones de no contar con expedientes o archivos internos, es decir, con la documentación de comercialización organizada y clasificada, la comentan con el resto del grupo para intercambiar información.	Heteroevaluación	D: Las anotaciones para organizar y clasificar documentos / Lista de participación	15
Los estudiantes por instrucciones del docente conforman dos equipos y realizan práctica guiada para realizar el protocolo de origen y destino de los documentos del área de contabilidad y producción, a fin de que tomen nota sobre este concepto. Los estudiantes, retroalimentan su trabajo y presentan sus resultados en una plenaria.	Coevaluación	D: La realización del protocolo de origen y destino de documentos / Guía de observación	10

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 2 Apoya en la integración de documentos del área de ventas – 80 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
Los estudiantes mediante una práctica autónoma y recuperando la exposición del tema relativo a la organización y clasificación de documentación de uso interno, presentada por el docente, manifiestan su perspectiva respecto a las repercusiones de no contar con expedientes o archivos internos, mediante una técnica de modelaje, es decir, clasificando y presentando la documentación de comercialización debidamente organizada y clasificada.	Heteroevaluación	P: Los documentos de comercialización organizados y clasificados / Lista de cotejo	15
Los estudiantes mediante práctica autónoma, formulan de acuerdo a las instrucciones de un caso práctico presentado por el docente (en el cual se mostrarán los distintos documentos utilizados en una empresa), el protocolo que estime debe existir y regir en la organización, el destino y la clasificación de la documentación que derive de las actividades de comercialización de una empresa y sus distintas áreas. El estudiante presenta el protocolo formulado.	Heteroevaluación	P: El protocolo formulado / Lista de cotejo	15

SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas**COMPETENCIAS PROFESIONALES****SITUACIONES**

Apoya en actividades promocionales

Acorde al protocolo de la empresa
 Con responsabilidad y profesionalismo
 Aplicando los elementos básicos de mercadotecnia

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN**DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS**

CS6. Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO2 Tener claras las metas y objetivos de su área y de su puesto.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante a través de la técnica de lluvia de ideas comenta en equipo, el procedimiento que se realiza en actividades promocionales de productos y servicio de una empresa.	Autoevaluación	D: La participación del estudiantes sobre el procedimiento de actividades promocionales / Lista de control	1%
El estudiante se integra en equipo con el fin de analizar las diversas actividades promocionales proporcionadas por el docente; el equipo presenta sus conclusiones sobre el tema.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre el tema / Lista de control	1%
El estudiante conoce a través de una lluvia de ideas y la exposición realizada por el docente, los contenidos del submódulo, la forma de evaluar, así como los sitios de inserción en los que se podrá desarrollar. El docente proporciona al estudiante fotocopias del programa y verifica la comprensión del mismo.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre los contenidos del programa de estudio / Lista de control	1%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante toma nota de lo que él considera son las actividades promocionales de productos y servicios, expuestas por el docente. Se comenta en plenaria utilizando un dialogo reflexivo, el grupo enlista las características de las actividades promocionales de productos y/o servicios y se presenta la conclusión final mediante un resumen.	Coevaluación	D: La participación del estudiante sobre las actividades promocionales / Lista de control P: El resumen elaborado / Rúbrica	2%
El estudiante realiza una investigación documental sobre los elementos básicos de ventas. Integrado en equipo, elabora y expone a través de un mapa conceptual las conclusiones de la investigación y de los aportes que obtiene del intercambio de información con compañeros de grupo.	Heteroevaluación	P: El mapa conceptual elaborado / Rúbrica	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante conoce mediante la técnica expositiva del docente las diferentes estrategias promocionales de una empresa, identifica las estrategias promocionales de una empresa y las enlista, posteriormente en binas compara los resultados obtenidos, logrando la identificación de cada una de las estrategias promocionales y presenta un reporte de las conclusiones.	Heteroevaluación	P: El reporte de las estrategias enlistadas / Lista de cotejo	10%
El estudiante observa el video Marketing "Estrategia promocional" de la empresa Paradigma Servicio de Marketing, mediante una guía de observación registra las diferentes estrategias promocionales de una empresa, y mediante el análisis de información lo comparte e intercambia con el grupo y con ayuda del docente se realimenta la información adquirida en el video.	Coevaluación	D: El registro de las estrategias promocionales de una empresa / Guía de observación	10%
El estudiante elabora y expone un mapa mental donde presenta el procedimiento de una estrategia promocional de un producto. Lo comparte en plenaria para su retroalimentación y complementa la información del mismo.	Autoevaluación	P: El mapa mental terminado / Lista de cotejo	10%
El estudiante integrado en equipo, clasifica en forma ordenada los pasos de una estrategia promocional, de acuerdo a la información sin orden, que el docente proporciona.	Heteroevaluación	P: Información ordenada/ lista de cotejo	10%
El estudiante en equipo realiza una práctica guiada, donde el docente crea las condiciones necesarias para que el estudiante diseñe una estrategia promocional para un producto. El estudiante entrega bocetos, diseños o prototipos, la presenta al grupo y al docente para realimentar el planteamiento estratégico realizado y corregir los errores.	Coevaluación	D: El diseño de estrategia promocional para un producto / Guía de observación P: Los bocetos, diseños y/o prototipos entregados / Lista de cotejo	10%
El estudiante conformado en equipos realiza una práctica autónoma, donde el docente crea las condiciones necesarias para que diseñe la estrategia promocional para un producto de manera responsable y con ética. Los compañeros de equipo y el docente realimentan al final el proceso .	Heteroevaluación	D: La estrategia promocional del producto asignado / Guía de observación	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante organizado en equipo realiza una práctica autónoma, enlistando y diseñando las estrategias promocionales de una empresa de su localidad. De acuerdo a las instrucciones del docente, considerando todos los temas abordados en el curso. El estudiante entrega bocetos, diseños y prototipos de las estrategias promocionales con responsabilidad y ética. Valorando el docente de manera objetiva los resultados de dicha práctica.	Coevaluación	D: El diseño de la estrategia promocional de la empresa / Guía de observación P: El boceto, diseño y prototipo elaborado / Lista de cotejo	15%
El estudiante de manera individual, recopila los documentos, diseño y prototipos durante el desarrollo de la secuencia didáctica, integrándolo a su portafolio de evidencias.	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencia entregado / Lista de cotejo	10%

SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios – 96 horas**COMPETENCIAS PROFESIONALES****SITUACIONES**

Auxilia en la coordinación de eventos comerciales

En apego a la logística de la actividad
Con cooperación y trabajo en equipo

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN**DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS**

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

5.1 Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo como cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

P02 Tener claras las metas y objetivos de su área y de puesto.

P05 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante en base a la técnica de “interrogatorio” guiada por el docente, manifiesta su conocimiento y experiencia relativos a su participación en eventos comerciales.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre las experiencias en eventos comerciales / Lista de control	2%
El estudiante se integra en equipos, con el fin de analizar los eventos comerciales que conozcan y la importancia de los mismos para la promoción de la empresa. El equipo presenta sus conclusiones en plenaria. El estudiante escucha las conclusiones que el docente proporciona mediante técnica expositiva, la importancia de los eventos comerciales para la promoción de la empresa.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante en el análisis de eventos comerciales / Lista de control	3%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante integrado en equipo, verifica mediante una lista proporcionada por el docente los objetivos, los presupuestos y las necesidades de la empresa respecto a los elementos que se requieren para un evento comercial. Con la información obtenida, el estudiante realiza una presentación en plenaria, elaborando una lista de todos los elementos utilizados en un evento comercial.	Coevaluación	D: La verificación de elementos para evento comercial / Lista de cotejo	10%
El estudiante conoce mediante la técnica de modelaje presentada por el docente, la forma de organizar y ejecutar un evento promocional de la empresa en una exposición e identifica los elementos para la organización de un evento comercial de acuerdo a la lista de cotejo que el docente le proporciona. En binas comparan sus respuestas y con ayuda del docente las realimentan.	Heteroevaluación	P: Los elementos para organizar evento comercial identificados / Lista de participación	10%
El estudiante integrado en binas identifica un evento comercial de la localidad y participa en él, donde anota los procedimientos y elementos para su realización. En plenaria lo comparte con el grupo y con ayuda del docente se realimenta el procedimiento adecuado para la organización de un evento.	Coevaluación	D: La participación del estudiante en el evento comercial / Guía de observación	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante integrado en equipo elabora y presenta un mapa mental sobre el procedimiento para la organización de un evento comercial. Lo complementa con las observaciones de sus compañeros.	Heteroevaluación	P: El mapa conceptual elaborado / Rúbrica	10%
El estudiante integrado en equipo realiza una práctica guiada, donde el docente crea las condiciones necesarias para que el estudiante diseñe la forma de planear y organizar un evento comercial de una empresa con los elementos necesarios y revisados en actividades anteriores. El estudiante lo presenta al grupo y recibe comentarios de sus compañeros para mejorarla. El docente realimenta el procedimiento.	Coevaluación	D: La planeación y organización de evento comercial / Guía de observación	15%
El estudiante integrado en equipo realiza una práctica autónoma, en la cual el docente crea las condiciones necesarias donde el estudiante planea, diseña y ejecuta la organización de un evento comercial en las instalaciones del plantel. Al interior del equipo, los estudiantes tendrán diferentes roles, para los cuales serán verificadas sus funciones y retroalimentado su proceso por el mismo grupo y docente durante el proceso para corregir los errores que pudieran presentarse.	Coevaluación	D: La organización y ejecución de evento comercial / Guía de observación	15%
Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante organizado en equipo de trabajo, realiza los pasos para la planificación y ejecución de un evento comercial de una empresa de su localidad, a la cual se le diseñó la actividad promocional anteriormente, de acuerdo a las condiciones creadas por el docente. El estudiante considera los puntos tratados en el curso, y presenta el reporte de la actividad para su evaluación.	Heteroevaluación	D: La planificación y ejecución de evento comercial en localidad / Guía de observación P: El reporte de la actividad elaborado / Lista de cotejo	15%
El estudiante de manera individual, recopila los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia didáctica integrando el portafolio de evidencias (fotografías, diagramas, mapas).	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	10%

SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas**COMPETENCIAS PROFESIONALES****SITUACIONES**

Ofrece bienes y servicios en puntos de venta

Proyectando una actitud positiva y de respeto en la atención al cliente
De acuerdo a las políticas de venta
Siguiendo las estrategias de atención al cliente

COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL MARCO CURRICULAR COMÚN**DISCIPLINARES BÁSICAS SUGERIDAS**

CS6 Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

GENÉRICAS SUGERIDAS

4.2 Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

COMPETENCIAS DE PRODUCTIVIDAD Y EMPLEABILIDAD DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

PO5 Organizar y distribuir adecuadamente el cumplimiento de los objetivos y corregir las desviaciones si fuera necesario.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Apertura	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante a través de la técnica de lluvia de ideas, comenta en binas las actividades que se incluyen en el merchandising y el docente complementa la información.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre las actividades de merchandising / Lista de control	1%
El estudiante integrado en equipo, analiza el impacto que provoca el merchandising en un punto de venta, al final el equipo presenta sus conclusiones en plenaria. Escucha las conclusiones del docente, que realiza mediante la técnica expositiva proporciona en relación a la importancia del merchandising en un punto de venta.	Autoevaluación	D: La participación del estudiante sobre el tema / Lista de control	2%
Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante integrado en equipo realiza una investigación de campo en su localidad, donde observa diferentes puntos de venta y ve reflejadas las actividades de merchandising. Lo comenta en plenaria utilizando la técnica expositiva, enlista las actividades de merchandising y el docente realimenta el trabajo.	Heteroevaluación	D: La exposición de puntos de venta en localidad / Guía de observación	7%
El estudiante verifica mediante una lista proporcionada por el docente los elementos que se utilizan en el merchandising en un punto de venta. Con la información obtenida, el estudiante elabora una exposición en plenaria del punto de venta utilizando las TIC, complementa la información con las aportaciones del resto del grupo.	Coevaluación	D: La exposición de elementos para merchandising en un punto de venta / Guía de observación P: La lista de los elementos del merchandising elaborada / Lista de cotejo	5%
El estudiante conoce mediante la técnica de modelaje que el docente realiza, el diseño de un punto de venta aplicando el merchandising. El estudiante integrado en binas entrega un reporte con el procedimiento y los elementos que integran el merchandising.	Coevaluación	P: El procedimiento del merchandising descrito / Lista de cotejo	10%

ESTRATEGIA DIDÁCTICA SUGERIDA

// SUBMÓDULO 3 Vende productos y servicios - 96 horas

Desarrollo	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante visualiza un video de “Técnicas de merchandising” y anota el procedimiento y elementos del merchandising en un punto de venta. En plenaria lo comparte con el grupo, el docente realimenta el procedimiento.	Heteroevaluación	D: La participación del estudiante sobre el procedimiento del merchandising / Lista de control	10%
El estudiante realiza un diagrama de flujo del procedimiento y elementos del merchandising en un punto de venta, lo complementa con la realimentación por parte del grupo.	Coevaluación	P: El diagrama de flujo presentado / Lista de cotejo	10%
El estudiante en equipo realiza una práctica guiada en la cual el docente genera las condiciones necesarias para que monte el stand en un punto de venta. Al termino cada integrante evalúa su proceso y presenta ante el grupo y docente las conclusiones y acciones realizadas para su retroalimentación.	Coevaluación	D: El montaje de stand / Guía de observación	15%
El estudiante en equipo realiza una práctica guiada en la cual el docente establece las condiciones para que organice y realice degustaciones de un producto en un punto de venta, aplicando la técnica del merchandising, dirigiéndose con respeto durante la atención del cliente. El docente y compañeros de grupo realimentan el proceso corrigiendo los errores del procedimiento.	Coevaluación	D: La organización para la degustación de un producto /Guía de observación	15%
Cierre	Tipo de evaluación	Evidencia / Instrumento	Ponderación
El estudiante en equipo, realiza una práctica autónoma de actividades de merchandising en un punto de venta de la misma empresa con la cual ha trabajado con anterioridad considerando lo abordado en el curso. El docente valora de manera objetiva los resultados, después de comentar su procedimiento cada integrante del equipo.	Coevaluación	D: La aplicación de merchandising en punto de venta / Guía de observación	15%
El estudiante presenta de manera individual los documentos generados durante el desarrollo de la secuencia. Integrando el portafolio de evidencias.	Heteroevaluación	P: El portafolio de evidencias entregado / Lista de cotejo	10%

COMITÉS INTERINSTITUCIONALES DE FORMACIÓN PROFESIONAL TÉCNICA



Secretaría de Educación Pública

Subsecretaría de Educación Media Superior
Coordinación Sectorial de Desarrollo Académico

Abril, 2013.