

## ASIGNATURA DE VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

<b>1. Competencias</b>	Gestionar los servicios de posventa automotriz, mediante el uso de estrategias de atención al cliente, indicadores de satisfacción, políticas y procedimientos administrativos establecidos, para contribuir a la rentabilidad de la organización.
<b>2. Cuatrimestre</b>	Cuarto
<b>3. Horas Teóricas</b>	16
<b>4. Horas Prácticas</b>	44
<b>5. Horas Totales</b>	60
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	4
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno desarrollará el proceso de ventas, haciendo uso de métodos de prospección y técnicas, para lograr la satisfacción del cliente y el cierre de ventas.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Clientes en el mercado automotriz</b>	6	14	20
<b>II. Ventas en el sector automotriz</b>	10	30	40
<b>Totales</b>	<b>16</b>	<b>44</b>	<b>60</b>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Clientes en el mercado automotriz</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	6
<b>3. Horas Prácticas</b>	14
<b>4. Horas Totales</b>	20
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno formulará perfiles de clientes para ejecutar ventas en el sector automotriz.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Análisis del mercado automotriz	<p>Explicar la importancia y aplicación de ventas en el Sector Automotriz</p> <p>Identificar los tipos de mercado automotriz y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado de competencia imperfecta</li> <li>- Mercado de oligopolio</li> </ul>	Investigar el tipo de mercado automotriz en la región.	<p>Objetivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p>
Tipos de clientes	<p>Describir los tipos de clientes en el sector automotriz y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cliente frecuente</li> <li>- Cliente ocasional</li> <li>- Cliente de alto volumen de compra</li> <li>- Cliente de alta gama</li> </ul>	Determinar tipos de clientes del sector automotriz de acuerdo a sus características.	<p>Analítico</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Proactivo</p> <p>Sistemático</p> <p>Organizado</p> <p>Objetivo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Perfiles de clientes	<p>Explicar el concepto de perfil del cliente y su importancia en el sector automotriz.</p> <p>Explicar los elementos del perfil de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conducta de compra</li> <li>- Variables sociales</li> <li>- Características psicográficas</li> </ul>	Realizar perfiles de clientes.	<p>Analítico</p> <p>Habilidad de comunicarse correctamente</p> <p>Sistemático</p> <p>Organizado</p> <p>Objetivo</p> <p>Observador</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso de ventas en el sector automotriz, entregar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis del mercado automotriz</li> <li>- Tipos de Cliente</li> <li>- Perfil del Cliente</li> <li>- Conclusiones</li> <li>- Listado de 5 Prospectos</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender la importancia y aplicación de ventas en el Sector Automotriz.</li> <li>2. Identificar los tipos de mercado automotriz y sus características.</li> <li>3. Identificar los tipos de clientes en el sector automotriz y sus características.</li> <li>4. Identificar el concepto de perfil del cliente y sus elementos.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación Análisis de casos	Pintarrón Proyector Equipo de cómputo Videos Internet Impresos

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Ventas en el sector automotriz</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	10
<b>3. Horas Prácticas</b>	30
<b>4. Horas Totales</b>	40
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno desarrollará el proceso de la venta personal de bienes y servicios del sector automotriz para incrementar la participación en el mercado.

<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
La Venta Personal	Explicar la importancia de la venta personal, sus ventajas y desventajas.  Identificar las etapas de la venta personal: - Preparación - Argumentación - Transacción		Responsable Disciplinado Organizado Analítico

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Etapa de Preparación	<p>Describir las fases de la etapa de preparación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prospección</li> <li>- Planificación de la presentación</li> <li>- Contacto</li> </ul> <p>Explicar el proceso y los métodos de prospección:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mercado de negocios</li> <li>- Mercado de consumidores</li> </ul> <p>Explicar la planificación de la presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informativa</li> <li>- Persuasiva</li> <li>- Recordatoria</li> </ul> <p>Describir las técnicas para realizar el contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto previo</li> <li>- Contacto social</li> <li>- Contacto de negocios</li> </ul>	Desarrollar la preparación de la venta de personal de bienes y servicios del sector automotriz.	<p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad de planeación</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Etapa de argumentación	<p>Describir las fases de la etapa de argumentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación</li> <li>- Demostración</li> <li>- Negociación de Objeciones</li> </ul> <p>Distinguir las estrategias de presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informativa</li> <li>- Persuasiva</li> <li>- Recordatoria</li> </ul> <p>Explicar la demostración de productos y las herramientas de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelos o Prototipos</li> <li>- Ilustraciones</li> <li>- Audiovisuales</li> </ul> <p>Explicar los métodos para el manejo de objeciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Negociación directa o indirecta</li> <li>- Preguntas</li> <li>- Beneficio superior</li> <li>- Demostración</li> <li>- Oferta de prueba</li> <li>- Testimonio</li> </ul>	<p>Demostrar las fases de la argumentación.</p>	<p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Sentido de la planificación</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p> <p>Manejo del estrés</p> <p>Empático</p> <p>Asertivo</p> <p>Tolerante</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Etapa de transacción	<p>Explicar las fases de la etapa de transacción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cierre y obtención del pedido</li> <li>- Servicio posventa</li> </ul> <p>Describir los métodos para el cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Punto de cierre menor</li> <li>- Resumen de beneficios</li> <li>- Suposición</li> <li>- Concesión Especial</li> <li>- Negociación del problema único</li> <li>- Selección limitada</li> <li>- Cierre Directo</li> </ul> <p>Explicar los métodos para el servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Agregación de valor mediante ventas por sugerencias</li> <li>- Seguimiento de promesas y garantías</li> <li>- Seguimiento del cliente</li> </ul>	Desarrollar la etapa de transacción.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p> <p>Empático</p> <p>Creativo</p> <p>Ético</p> <p>Asertivo</p> <p>Iniciativa</p> <p>Tolerancia</p> <p>Autónomo</p>
Estrategias de Venta	<p>Explicar las estrategias de venta y su interrelación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de una filosofía de ventas personales</li> <li>- Estrategia de relaciones</li> <li>- Estrategia de producto</li> <li>- Estrategia de cliente</li> <li>- Estrategia de presentación</li> </ul>	Formular estrategias de venta para bienes y servicios del sector automotriz.	<p>Organizado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad para la toma de decisiones</p> <p>Empático</p> <p>Creativo</p> <p>Ético</p> <p>Asertivo</p> <p>Iniciativa</p> <p>Tolerancia</p> <p>Autónomo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso, demostrar la ejecución del proceso de la venta personal en el sector automotriz, y elaborar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia de presentación y venta utilizadas y su justificación</li> <li>- Técnica de contacto seleccionada</li> <li>- Herramientas de apoyo a la demostración empleadas</li> <li>- Objeciones presentadas por el cliente</li> <li>- Método de prospectación, manejo de objeciones empleado, cierre de venta y seguimiento posventa seleccionados, presentando su justificación</li> <li>- Conclusiones y recomendaciones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender la importancia de la venta personal, las fases del proceso, sus métodos y herramientas.</li> <li>2. Desarrollar el proceso de la venta personal.</li> <li>3. Comprender las estrategias de venta.</li> <li>4. Realizar estrategias de venta.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Simulación Equipos colaborativos	Pintarrón Proyector Equipo de cómputo Videos Internet Impresos Vehículo

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

### CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diagnosticar el grado de satisfacción del cliente haciendo uso de métodos y herramientas de seguimiento y medición, para determinar las oportunidades de mejora en el servicio posventa automotriz	Elabora un reporte que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo</li> <li>- Muestra</li> <li>- Instrumentos para recolección de información</li> <li>- Análisis e Interpretación de Resultados</li> <li>- Conclusiones y Recomendaciones</li> </ul>
Proponer estrategias de atención, seguimiento y servicio al cliente del mercado automotriz a partir de los resultados del diagnóstico y el uso de matrices de planeación para mantener la satisfacción del cliente.	Elabora un programa de atención y seguimiento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos</li> <li>- Metas</li> <li>- Estrategias de atención</li> <li>- Estrategias de seguimiento</li> <li>- Estrategias de servicio al cliente</li> <li>- Presupuesto</li> <li>- Cronograma de Actividades</li> </ul>
Valorar la cartera de clientes con base en los reportes de venta de bienes y servicios automotrices, indicadores de desempeño y herramientas estadísticas para identificar oportunidades de venta.	Elabora un informe de cartera de clientes que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicadores de Venta de Productos</li> <li>- Indicadores de Venta de Servicios</li> <li>- Análisis Estadístico</li> <li>- Clasificación de los clientes</li> <li>- Conclusiones y Recomendaciones</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

# VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Ornelas Pureco, Martín Carlos	(2015)	<i>Administración de Centros de Servicios Automovilístico</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN 9786071725165
Álvarez, Marcos	(2015)	<i>Vender Poderosamente. Seduce a tus Clientes con PNL y el Poder de tu Mente</i>	Ciudad de México	México	AMAT Editorial ISBN: 9788497357883
Jobber.Goef Lancaster, David	(2011)	<i>Administración de Ventas</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educación ISBN 9786073208529
Ziglar, Zig	(2012)	<i>Ventas 101</i>	Ciudad de México	México	Grupo Nelson ISBN: P781602555655
El Kutby, Soraia	(2016)	<i>Costumer experience: la poderosa clave para impulsar sus ventas. Una guía para entender como este importante concepto está cambiando todo</i>	Ciudad de México	México	Alfaomega Grupo Editor ISBN: 9786076226070

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	