


ASIGNATURA DE VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

1. Competencias	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.
2. Cuatrimestre	Cuarto
3. Horas Teóricas	16
4. Horas Prácticas	44
5. Horas Totales	60
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	4
7. Objetivo de Aprendizaje	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
I. Clientes en el mercado automotriz	6	14	20
II. Ventas en el sector automotriz	10	30	40
Totales	16	44	60


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

VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Clientes en el mercado automotriz
2. Horas Teóricas	6
3. Horas Prácticas	14
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	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"> - Mercado de competencia imperfecta - Mercado de oligopolio 	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"> - Cliente frecuente - Cliente ocasional - Cliente de alto volumen de compra - Cliente de alta gama 	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>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Conducta de compra - Variables sociales - Características psicográficas 	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>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Análisis del mercado automotriz - Tipos de Cliente - Perfil del Cliente - Conclusiones - Listado de 5 Prospectos - Conclusiones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la importancia y aplicación de ventas en el Sector Automotriz. 2. Identificar los tipos de mercado automotriz y sus características. 3. Identificar los tipos de clientes en el sector automotriz y sus características. 4. Identificar el concepto de perfil del cliente y sus elementos. 	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

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


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

VENTAS EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ


UNIDADES DE APRENDIZAJE

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


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
La Venta Personal	<p>Explicar la importancia de la venta personal, sus ventajas y desventajas.</p> <p>Identificar las etapas de la venta personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Preparación - Argumentación - Transacción 		<p>Responsable</p> <p>Disciplinado</p> <p>Organizado</p> <p>Analítico</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Prospección - Planificación de la presentación - Contacto <p>Explicar el proceso y los métodos de prospección:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado de negocios - Mercado de consumidores <p>Explicar la planificación de la presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informativa - Persuasiva - Recordatoria <p>Describir las técnicas para realizar el contacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contacto previo - Contacto social - Contacto de negocios 	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>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Presentación - Demostración - Negociación de Objeciones <p>Distinguir las estrategias de presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informativa - Persuasiva - Recordatoria <p>Explicar la demostración de productos y las herramientas de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelos o Prototipos - Ilustraciones - Audiovisuales <p>Explicar los métodos para el manejo de objeciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociación directa o indirecta - Preguntas - Beneficio superior - Demostración - Oferta de prueba - Testimonio 	<p>Demostrar las fases de la argumentación.</p>	<p>Responsable Disciplinado Organizado Analítico Sentido de la planificación Capacidad para la toma de decisiones Manejo del estrés Empático Asertivo Tolerante</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Cierre y obtención del pedido - Servicio posventa <p>Describir los métodos para el cierre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Punto de cierre menor - Resumen de beneficios - Suposición - Concesión Especial - Negociación del problema único - Selección limitada - Cierre Directo <p>Explicar los métodos para el servicio posventa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agregación de valor mediante ventas por sugerencias - Seguimiento de promesas y garantías - Seguimiento del cliente 	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"> - Desarrollo de una filosofía de ventas personales - Estrategia de relaciones - Estrategia de producto - Estrategia de cliente - Estrategia de presentación 	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>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Estrategia de presentación y venta utilizadas y su justificación - Técnica de contacto seleccionada - Herramientas de apoyo a la demostración empleadas - Objeciones presentadas por el cliente - Método de prospectación, manejo de objeciones empleado, cierre de venta y seguimiento posventa seleccionados, presentando su justificación - Conclusiones y recomendaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender la importancia de la venta personal, las fases del proceso, sus métodos y herramientas. 2. Desarrollar el proceso de la venta personal. 3. Comprender las estrategias de venta. 4. Realizar estrategias de venta. 	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

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

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	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"> - Objetivo - Muestra - Instrumentos para recolección de información - Análisis e Interpretación de Resultados - Conclusiones y Recomendaciones
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"> - Objetivos - Metas - Estrategias de atención - Estrategias de seguimiento - Estrategias de servicio al cliente - Presupuesto - Cronograma de Actividades
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"> - Indicadores de Venta de Productos - Indicadores de Venta de Servicios - Análisis Estadístico - Clasificación de los clientes - Conclusiones y Recomendaciones

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

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