


**TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN  
DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA SERVICIOS  
POSVENTA AUTOMOTRIZ  
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**ASIGNATURA DE INTEGRADORA II**

<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>	Quinto
<b>3. Horas Teóricas</b>	7
<b>4. Horas Prácticas</b>	23
<b>5. Horas Totales</b>	30
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	2
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno demostrará la competencia de Gestionar los servicios 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.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Administración del servicio en el taller</b>	3	9	12
<b>II. Servicio posventa automotriz</b>	4	14	18
<b>Totales</b>	<b>7</b>	<b>23</b>	<b>30</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	

## INTEGRADORA II


### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Administración del servicio en el taller</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	3
<b>3. Horas Prácticas</b>	9
<b>4. Horas Totales</b>	12
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno administrará el servicio automotriz en el taller para atender las necesidades del cliente.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Especificaciones técnicas de los vehículos	Reconocer las especificaciones técnicas de las marcas automotrices:  - Americanas - Asiáticas - Europeas	Presentar las especificaciones técnicas de las marcas de los vehículos.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Responsable Trabajo en equipo Ético Trabajo bajo presión
Proceso de servicio al cliente	Reconocer las etapas del proceso de servicio al cliente:  - Previa a la compra - Encuentro de los servicios - Posterior al encuentro	Documentar el proceso de servicio al cliente.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Responsable Trabajo en equipo Ético Trabajo bajo presión
Inspección y valoración del Vehículo	Reconocer los instrumentos de medición para el diagnóstico del automóvil:  - Vacuometro - Compresómetro - Analizador de fugas - Escáner	Presentar el diagnóstico del estado de los vehículos empleando los instrumentos de medición.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Responsable Trabajo en equipo Ético Trabajo bajo presión

<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	


<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Servicio en el taller	Reconocer los procedimientos de servicio de reparación de vehículos.	Documentar los procedimientos de servicio de reparación de vehículos.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Responsable Trabajo en equipo Ético Trabajo bajo presión

<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	

## INTEGRADORA II

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrar un proyecto de servicio posventa automotriz que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descripción del vehículo</li> <li>- Proceso de servicio al cliente</li> <li>- Diagnóstico del estado de los vehículos empleando los instrumentos de medición</li> <li>- Procedimientos de servicio de reparación de vehículos</li> <li>- Técnicas de reparación en el taller y servicio de atención al cliente</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocer las especificaciones técnicas de las marcas automotrices así como particularidades mecánicas y electrónicas de vehículos de gama básica, mediana y alta.</li> <li>2. Reconocer las etapas del proceso de servicio al cliente.</li> <li>3. Reconocer los instrumentos de medición para el diagnóstico del automóvil.</li> <li>4. Reconocer los procedimientos de servicio de reparación de vehículos.</li> <li>5. Reconocer las técnicas de reparación en el taller y servicio de atención al cliente.</li> </ol>	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</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	


## INTEGRADORA II

### PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos Realización de trabajos de investigación	Pintarrón Equipo de cómputo Cañón Internet Impresos Vehículo Protecciones al vehículo Videos Herramientas de diagnóstico del 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	

## INTEGRADORA II


### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Servicio posventa automotriz</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	4
<b>3. Horas Prácticas</b>	14
<b>4. Horas Totales</b>	18
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno integrará proyectos de fidelización de clientes para generar lealtad a la marca.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Ventas en el sector automotriz	Reconocer las estrategias de venta y su interrelación: <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>	Integrar las estrategias de venta	Analítico Objetivo Empático Organizado Ético Responsable Asertivo
Mezcla de mercadotecnia	Reconocer las estrategias de producto, precio, plaza y promoción.	Presentar las estrategias de producto, precio, plaza y promoción.	Analítico Objetivo Empático Organizado Ético Responsable Asertivo Capacidad de planeación

<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
Actividades de servicio posventa automotriz	Reconocer las actividades del servicio posventa automotriz y su proceso de ejecución: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantías</li> <li>- Mantenimiento</li> <li>- Atención a quejas y sugerencias</li> <li>- Retiro de productos del mercado</li> <li>- Prospección de venta</li> </ul>	Presentar las actividades del servicio posventa automotriz.	Analítico Objetivo Empático Organizado Ético Responsable Asertivo
Gestión de las relaciones con clientes	Reconocer las aplicaciones del CRM dentro del área de servicio posventa automotriz.	Presentar reportes de seguimiento de clientes.	Analítico Objetivo Empático Organizado Ético Responsable Asertivo
Fidelización del cliente	Reconocer los tipos de programas de fidelización, sus características y funcionamiento: <ul style="list-style-type: none"> <li>- De recompensas</li> <li>- De servicios exclusivos</li> <li>- De invitación a eventos</li> </ul>	Integrar programas de fidelización de clientes.	Analítico Objetivo Empático Organizado Ético Responsable Asertivo

<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	

## INTEGRADORA II

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Integrar un proyecto de fidelización de clientes que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategias de venta personal</li> <li>- Estrategias de producto, precio, plaza y promoción</li> <li>- Descripción de las actividades del servicio posventa automotriz y su proceso de ejecución</li> <li>- Reportes de seguimiento con el cliente</li> <li>- Programa de fidelización</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconocer las etapas de la venta personal y sus estrategias.</li> <li>2. Reconocer las estrategias de producto, precio, plaza y promoción.</li> <li>3. Reconocer las actividades del servicio posventa automotriz y su proceso de ejecución.</li> <li>4. Reconocer las aplicaciones del software para CRM.</li> <li>5. Reconocer los tipos de programas de fidelización, sus características y funcionamiento.</li> </ol>	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</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	




## INTEGRADORA II

### PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Aprendizaje basado en proyectos Realización de trabajos de investigación	Pintarrón Equipo de cómputo Cañón Internet Impresos Videos Software para administración de relaciones con clientes

### 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	


## INTEGRADORA II

### 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 cliente 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>
Formular estrategias de retención de clientes del mercado automotriz mediante programas de estímulos y promociones para mantenerlos cautivos.	Elabora un plan de retención de clientes que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo</li> <li>- Metas</li> <li>- Estrategias de retención</li> <li>- Presupuesto</li> <li>- Programa de Estímulos y promociones</li> <li>- Calendarización de actividades</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	


Capacidad	Criterios de Desempeño
<p>Evaluar el impacto de las estrategias implementadas en el servicio posventa automotriz mediante la selección y análisis de indicadores cualitativos y cuantitativos de desempeño, para el cumplimiento de las metas organizacionales.</p>	<p>Elabora un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comparativo de indicadores de venta de productos y servicios</li> <li>- Comparativo de cartera de clientes</li> <li>- Medición de indicadores de rentabilidad</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	

## INTEGRADORA II

### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Título del Documento</b>	<b>Ciudad</b>	<b>País</b>	<b>Editorial</b>
Agueda Casado, Eduardo	(2014)	<i>Fundamentos Tecnológicos del Automóvil</i>	Madrid	España	Paraninfo ISBN: 9788497320849
Alonso Pérez, José Manuel	(2015)	<i>Técnicas del Automóvil Equipo Eléctrico</i>	Madrid	España	Ediciones Paraninfo, S.A. ISBN: 9788497327206
Kotler Philip	(2016)	<i>Fundamentos de Marketing</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educación ISBN: 9786073238458
K. Douglas Hoffman, John Bateson	(2012)	<i>Marketing de Servicios</i>	Ciudad de México	México	Cengage Learning ISBN: 9786074816334
Orovio Astudillo, Manuel	(2013)	<i>Tecnología del Automóvil</i>	Madrid	España	Paraninfo ISBN:9788428332101
C. Nash, Frederick	(2014)	<i>Fundamentos de Mecánica Automotriz</i>	D.F.	México	Planeta Mexicana S.A. de C.V. ISBN:9681308654
Ornelas Pureco, Martín Carlos	(2015)	<i>Administración de Centros de Servicio Automovilístico</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9786071725165
García Gómez, Blanca Gutiérrez Arranz, Ana María	(2013)	<i>Marketing de Fidelización</i>	Ciudad de México	México	Ediciones Pirámide ISBN: 9788436829549
Torillo Medrano, Blas	(2010)	<i>La fuerza de ventas en el servicio posventa: estrategia y desarrollo</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9786071704733
Jobber Goef y Lancaster David	(2011)	<i>Administración de Ventas</i>	Ciudad de México	México	Pearson Educacion ISBN 9786073208529
Álvarez, Marcos	(2015)	Vender Poderosamente. Seduce a tus Clientes con PNL y el Poder de tu Mente	Ciudad de México	México	AMAT Editorial ISBN: 9788497357883

<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	