

**PROGRAMA EDUCATIVO:**  
**TSU EN OPERACIONES LOGÍSTICAS Y COMERCIO EXTERIOR**  
**LICENCIATURA EN INGENIERÍA EN LOGÍSTICA INTERNACIONAL**  
**EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

**PROGRAMA DE ASIGNATURA:** Administración de ventas

**CLAVE:** E-ADV3-1

| Propósito de aprendizaje de la Asignatura     | El estudiante administrará el proceso de ventas de bienes y servicios a través del uso de métodos de planificación y organización de la fuerza de ventas para cumplir los objetivos de la organización. |          |              |                  |               |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|------------------|---------------|
| Competencia a la que contribuye la asignatura | Gestionar la organización de una empresa a través de la estructura operativa y la planeación estratégica para potencializar su participación en mercados internacionales.                               |          |              |                  |               |
| Tipo de competencia                           | Cuatrimestre                                                                                                                                                                                            | Créditos | Modalidad    | Horas por semana | Horas Totales |
| Específica                                    | 3                                                                                                                                                                                                       | 5.62     | Escolarizada | 6                | 90            |

| Unidades de Aprendizaje                 | Horas del Saber | Horas del Saber Hacer | Horas Totales |
|-----------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------|
|                                         |                 |                       |               |
| I.- Planeación y Organización de Ventas | 12              | 18                    | 30            |
| II.-Dirección de Ventas                 | 12              | 18                    | 30            |
| III.-Control de Ventas                  | 12              | 18                    | 30            |
| <b>Totales</b>                          | <b>36</b>       | <b>54</b>             | <b>90</b>     |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

| Funciones                                                                                                                                                                                              | Capacidades                                                                                                                                                                                                         | Criterios de Desempeño                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Integrar una estructura operativa con base en la planeación estratégica a través de los estudios de mercadotecnia , ventas, métodos de negociación, para asegurar la correcta operación de la empresa. | Establecer procesos de ventas de bienes y/o servicios con base en los resultados del estudio de mercado nacional e internacional, para introducir, posicionar e incrementar los bienes y/o servicios de la empresa. | A partir de casos prácticos, elaborar un proyecto que contenga:<br><br>- Plan de ventas y remuneraciones (objetivos, metas, estrategias, calendarización de actividades, incentivos monetarios y no monetarios) |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

## UNIDADES DE APRENDIZAJE

|                       |                                                                                                                                                                                                                 |    |                       |    |               |    |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------|----|---------------|----|
| Unidad de Aprendizaje | I. Planeación y Control de Ventas                                                                                                                                                                               |    |                       |    |               |    |
| Propósito esperado    | El alumno elaborará un plan de acción, en base a la información de la empresa y el mercado, para mejorar la fuerza de ventas a través del conocimiento de métodos de trabajo para una comercialización exitosa. |    |                       |    |               |    |
| Tiempo Asignado       | Horas del Saber                                                                                                                                                                                                 | 12 | Horas del Saber Hacer | 18 | Horas Totales | 30 |

| Temas                                          | Saber<br>Dimensión Conceptual                                                                                                                                                                                                               | Saber Hacer<br>Dimensión Actuacional                                                                                                          | Ser y Convivir<br>Dimensión Socioafectiva                                                                                     |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Conceptos y Funciones de la Gerencia de ventas | Describir los conceptos y características básicas de ventas: - venta, vendedor, reclutamiento, necesidad, deseo, prospección, producto, precio, plaza y promoción.<br>Definir conceptos de funciones en las actividades la fuerza de ventas | Diseñar un plan estratégico de ventas                                                                                                         | Desarrollar el pensamiento analítico a través de la identificación de oportunidades para aplicación de estrategias de ventas. |
| Planeación y desarrollo de plan de ventas      | Definir conceptos de objetivos generales de la empresa, evaluación de las oportunidades del mercado, pronóstico de ventas, presupuesto.                                                                                                     | Establecer métodos de supervisión y estructuras centralizadas y descentralizadas en la labor de ventas y procedimiento para su implementación |                                                                                                                               |
| Motivación de la fuerza de ventas              | Definir métodos de supervisión y estructuras centralizadas<br>Definir métodos de evaluación del desempeño y los elementos que integran un plan de incentivos monetarios y no monetarios                                                     | Realizar planes de incentivos distinguiendo elementos monetarios y no monetarios.                                                             |                                                                                                                               |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

|                                                                            |                                                                                                   |                                                                                                       |  |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Optimización de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas | Describir formas para crear equipos de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas | Desarrollar el proceso de optimización de la fuerza de ventas de acuerdo a rutas y zonas geográficas. |  |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

| Proceso Enseñanza-Aprendizaje                                                                                          |                                                                                                             |                      |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---|
| Métodos y técnicas de enseñanza                                                                                        | Medios y materiales didácticos                                                                              | Espacio Formativo    |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Aula                 | X |
| Tareas de investigación<br>Equipos colaborativos<br>Análisis de casos<br>Ejercicios prácticos<br>Simulación y modelado | Material didáctico<br>Equipo de Cómputo<br>Internet<br>Hoja de Cálculo<br>Consulta de bases de datos: INEGI | Laboratorio / Taller |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Empresa              |   |

| Proceso de Evaluación                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Resultado de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                | Evidencia de Aprendizaje                                                                                                                                                                                                                                        | Instrumentos de evaluación                                         |
| El estudiante analiza, comprende y aplica la estructura de un plan estratégico de ventas y remuneraciones, definiendo metas, cobertura, segmento de mercado, prospección, presupuesto, estructura operacional y plan de remuneraciones. | A partir de la elaboración de un proyecto de aplicación, proponer la estructura de un plan estratégico de ventas y remuneraciones, definiendo metas, cobertura, segmento de mercado, prospección, presupuesto, estructura operacional y plan de remuneraciones. | Estudios de casos prácticos<br>Proyectos grupales y/o individuales |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

|                       |                                                                                                                                                     |    |                       |    |               |    |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------|----|---------------|----|
| Unidad de Aprendizaje | II. Dirección de Ventas                                                                                                                             |    |                       |    |               |    |
| Propósito esperado    | El estudiante determinará las actividades requeridas en el proceso de una venta, para mejorar la eficiencia del proceso ventas de una organización. |    |                       |    |               |    |
| Tiempo Asignado       | Horas del Saber                                                                                                                                     | 12 | Horas del Saber Hacer | 18 | Horas Totales | 30 |

| Temas                                                   | Saber<br>Dimensión Conceptual                                                             | Saber Hacer<br>Dimensión Actuacional                                          | Ser y Convivir<br>Dimensión Socioafectiva                                                                                 |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prospección de clientes                                 | Definir conceptos y formas de prospección                                                 | Proponer estrategias de prospección para concretar un negocio con el cliente. | Ejercer el liderazgo para realizar un buen trabajo en equipo coordinando actividades para obtención de buenos resultados. |
| Técnicas de cierre de ventas                            | Identificar las técnicas de cierre de ventas                                              | Proponer técnicas de cierre de ventas.                                        |                                                                                                                           |
| Pronósticos de Ventas                                   | Identificar los métodos cualitativos y cuantitativos para determinar pronósticos de venta | Elaborar un pronóstico de ventas de acuerdo al método seleccionado            |                                                                                                                           |
| Planeación del trabajo diario de la operación de ventas | Identificar actividades requeridas para integrar un plan diario de trabajo                | Elaborar un plan de trabajo diario de operación de ventas                     |                                                                                                                           |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

| Proceso Enseñanza-Aprendizaje                                                                                          |                                                                                                             |                      |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---|
| Métodos y técnicas de enseñanza                                                                                        | Medios y materiales didácticos                                                                              | Espacio Formativo    |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Aula                 | X |
| Tareas de investigación<br>Equipos colaborativos<br>Análisis de casos<br>Ejercicios prácticos<br>Simulación y modelado | Material didáctico<br>Equipo de Cómputo<br>Internet<br>Hoja de Cálculo<br>Consulta de bases de datos: INEGI | Laboratorio / Taller |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Empresa              |   |

| Proceso de Evaluación                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resultado de Aprendizaje                                                                                                                                                                           | Evidencia de Aprendizaje                                                                                                                                                                                               | Instrumentos de evaluación                                                                 |
| El estudiante analiza, comprende y aplica diversas técnicas para definir la prospección de clientes, el cierre de ventas, los pronósticos de ventas y planificar el trabajo de la fuerza de ventas | A partir de la elaboración de un proyecto de aplicación, proponer las técnicas para definir la prospección de clientes, el cierre de ventas, los pronósticos de ventas y planificar el trabajo de la fuerza de ventas. | Estudios de casos prácticos<br>Ejercicios prácticos<br>Proyectos grupales y/o individuales |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

|                       |                                                                                                                                                      |    |                       |    |                  |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------|----|------------------|
| Unidad de Aprendizaje | III. Control de Ventas                                                                                                                               |    |                       |    |                  |
| Propósito esperado    | El estudiante determinará las diferentes actividades requeridas para lograr el control de los procesos operativos realizados por la fuerza de ventas |    |                       |    |                  |
| Tiempo Asignado       | Horas del Saber                                                                                                                                      | 12 | Horas del Saber Hacer | 18 | Horas Totales 30 |

| Temas                                                                                         | Saber<br>Dimensión Conceptual                                                              | Saber Hacer<br>Dimensión Actuacional                                                                                                             | Ser y Convivir<br>Dimensión Socioafectiva                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Técnicas y factores de control de ventas                                                      | Identificar actividades requeridas para integrar un plan diario de trabajo                 | Establecer un proceso para elaborar un plan diario de trabajo<br>Indicar las técnicas y factores de control para eficiente el proceso de ventas. | Ser proactivo para el desarrollo de proyectos para el manejo y coordinación de tiempos |
| Análisis estadístico del proceso de ventas y evaluación del grado de satisfacción del cliente | Definir conceptos de métodos de control de ventas y referenciar a los métodos estadísticos | Distinguir el proceso de ventas utilizando las herramientas estadísticas correspondientes.                                                       |                                                                                        |
| Balance comparativo                                                                           | Definir el proceso del comportamiento del proceso de ventas mediante datos estadísticos    | Manejar un balance comparativo de ventas mediante datos estadísticos                                                                             |                                                                                        |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

| Proceso Enseñanza-Aprendizaje                                                                                          |                                                                                                             |                      |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---|
| Métodos y técnicas de enseñanza                                                                                        | Medios y materiales didácticos                                                                              | Espacio Formativo    |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Aula                 | X |
| Tareas de investigación<br>Equipos colaborativos<br>Análisis de casos<br>Ejercicios prácticos<br>Simulación y modelado | Material didáctico<br>Equipo de Cómputo<br>Internet<br>Hoja de Cálculo<br>Consulta de bases de datos: INEGI | Laboratorio / Taller |   |
|                                                                                                                        |                                                                                                             | Empresa              |   |

| Proceso de Evaluación                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resultado de Aprendizaje                                                                                                                                               | Evidencia de Aprendizaje                                                                                                                                                                              | Instrumentos de evaluación                                                                 |
| El estudiante analiza, comprende y aplica el análisis estadístico del proceso de ventas para comprender el comportamiento y variaciones de las ventas en una compañía. | A partir de la elaboración de un proyecto de aplicación, trabajar en un análisis estadístico de los procesos de ventas para comprender el comportamiento y variaciones de las ventas en una compañía. | Estudios de casos prácticos<br>Ejercicios prácticos<br>Proyectos grupales y/o individuales |

| Perfil idóneo del docente                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Formación académica                                                                                                                                                                    | Formación Pedagógica                                                                                                                                                                                                                                                         | Experiencia Profesional                                                                                                                                           |
| Ing. Logística Internacional, Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Desarrollo de Negocios, Lic. en Administración de Empresas, Lic. en Comercio Exterior, Lic. en Contaduría o carrera afín. | Diseño de material didáctico, elaboración de planeación didáctica, conocimiento del modelo basado en competencias, conocimiento del modelo educativo de las Universidades del Subsistema Tecnológico, manejo de grupos, manejo de estrategias, interacción docente - alumno. | Experiencia de 1 año en planeación estratégica y desarrollo de proyectos, en el área de ventas y comercialización, manejo de la fuerza de ventas y mercadotecnia. |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |



| Referencias bibliográficas          |      |                                                                                         |                      |                        |                              |
|-------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------|------------------------------|
| Autor                               | Año  | Título del documento                                                                    | Lugar de publicación | Editorial              | ISBN                         |
| Artal Castells, Manuel              | 2016 | Dirección de ventas:<br>Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores | CDMX                 | ESIC Editorial         | 9788416701018                |
| Torres Morales, Virgilio            | 2014 | Administración de Ventas                                                                | CDMX                 | Grupo Editorial Patria | 607438858X,<br>9786074388589 |
| Jobber, David y Lancaster, Geoffrey | 2012 | Administración de Ventas                                                                | CDMX                 | PEARSON Educación      | 9786073208529                |
| Chimera, Joe                        | 2010 | El ABC de las Ventas                                                                    | CDMX                 | Editorial Trillas      | 9786071705051                |
| Salvio Martinez, Fernando           | 2009 | Supervisión de Ventas y Comercialización                                                | CDMX                 | Editorial Trillas      | 9786071703279                |

| Referencias digitales                                                                           |                       |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Autor                                                                                           | Fecha de recuperación | Título del documento                                          | Vínculo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Marjorie Acosta Véliz<br>Luci Salas Narváez<br>María Jiménez Cercado<br>Ana María Guerra Tejada | 2018                  | La administración de Ventas<br>-Conceptos clave del siglo XXI | <a href="https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf">https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf</a>                                                                                                                                                                                                             |
| FORCE MANAGER                                                                                   | 2024                  | Pronósticos de ventas                                         | <a href="https://www.forcemanager.com/es/blog/como-hacer-un-pronostico-de-ventas/#:~:text=Pron%C3%B3sticos%20de%20ventas%20cualitativos,futuro%20por%20distintas%20circunstancias%20cambiantes.">https://www.forcemanager.com/es/blog/como-hacer-un-pronostico-de-ventas/#:~:text=Pron%C3%B3sticos%20de%20ventas%20cualitativos,futuro%20por%20distintas%20circunstancias%20cambiantes.</a> |
| SALES FORCE                                                                                     | 2023                  | Plan de ventas                                                | <a href="https://www.salesforce.com/mx/resources/articles/sales-plan/">https://www.salesforce.com/mx/resources/articles/sales-plan/</a>                                                                                                                                                                                                                                                     |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |

|              |      |                    |                                                                                                                             |
|--------------|------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ZENDESK      | 2023 | Análisis de ventas | <a href="https://www.zendesk.com.mx/blog/analisis-de-ventas/">https://www.zendesk.com.mx/blog/analisis-de-ventas/</a>       |
| TuDashBoard, | 2018 | Análisis de ventas | <a href="https://tudashboard.com/analisis-de-ventas/">https://tudashboard.com/analisis-de-ventas/</a>                       |
| BLOG HUBSPOT | 2023 | Análisis de ventas | <a href="https://blog.hubspot.es/sales/analisis-informes-ventas">https://blog.hubspot.es/sales/analisis-informes-ventas</a> |

|          |        |                      |                 |                     |
|----------|--------|----------------------|-----------------|---------------------|
| ELABORÓ: | DGUTYP | REVISÓ:              | DGUTYP          | F-DA-01-PA-LIC-12.1 |
| APROBÓ:  | DGUTYP | VIGENTE A PARTIR DE: | SEPTIEMBRE 2024 |                     |