


ASIGNATURA DE VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

1. Competencias	Dirigir la operación de establecimientos de hospedaje, con base en certificaciones estándares de calidad, procedimientos y normativa aplicable bajo un enfoque sustentable para contribuir a la competitividad del sector turístico
2. Cuatrimestre	Cuarto
3. Horas Teóricas	34
4. Horas Prácticas	41
5. Horas Totales	75
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	5
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno coordinará el departamento de ventas en hotelería, a través del desarrollo de procedimientos, estrategias y técnicas de venta, formulación de puestos y cálculo de pronósticos para contribuir al cumplimiento de metas financieras.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Introducción al departamento de ventas	10	5	15
II. Proceso de ventas en hotelería	12	23	35
III. Técnicas, estrategias y pronósticos de venta	12	13	25
Totales	34	41	75


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Introducción al departamento de ventas
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	5
4. Horas Totales	15
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno formulará descripciones de puestos del departamento de ventas para la integración del equipo de trabajo.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Generalidades del departamento de ventas	<p>Explicar el concepto de venta y su importancia en la hotelería</p> <p>Identificar la terminología del departamento de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Segmento de mercado - Prospecto - Cliente - Oferta - Demanda - Objeción - Convenio - Contrato - Fidelización - Paquetes - Cierre - Presentación - Comercio electrónico - Cartera de clientes - Técnica y estrategia de venta 		<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tipos de ventas	<p>Explicar las características de los tipos de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personales - Telefónicas - On line - Por correo - Mayoristas - Minoristas 	Determinar tipos de ventas aplicables en hotelería	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p>
Estructura organizacional del departamento de ventas	<p>Identificar los tipos de estructura organizacional del departamento de ventas en hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por zona - Por producto - Por clientes <p>Explicar la descripción de puestos del departamento de ventas en hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director corporativo de ventas - Gerente de ventas - Supervisor de ventas - Publiirrelacionista - Auxiliar de ventas - Ejecutivo de ventas: grupos, banquetes, agencias de viajes, bodas, call center <p>Identificar la relación interdepartamental del área de ventas en la hotelería</p>	Formular descripciones de puestos del departamento de ventas en hotelería	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una visita a un establecimiento de hospedaje, elabora un reporte del departamento de ventas que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada - Generalidades: Tipo de hotel, ubicación, categoría - Tipos de venta identificados y sus características - Organigrama - Tipo de estructura organizacional - Descripciones de puestos - Conclusiones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender el concepto de venta y terminología del departamento de ventas 2. Distinguir los tipos de ventas y sus características 3. Identificar los tipos de estructura organizacional en el departamento de ventas en la hotelería 4. Comprender la descripción de puestos del departamento de ventas en hotelería 	<p>Reporte</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Conferencia Realización de trabajos de investigación Discusión en grupo	Equipo cómputo Equipo de proyección Internet Impresos: revistas especializadas Videos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Proceso de ventas en hotelería
2. Horas Teóricas	12
3. Horas Prácticas	23
4. Horas Totales	35
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno planeará el proceso de ventas para la comercialización de productos hoteleros


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Prospectación	<p>Identificar las etapas del proceso de ventas aplicable en hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prospectación - Presentación de ventas (productos y servicios) - Cierre de la venta - Postventa <p>Describir el proceso de prospectación de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificación del cliente meta - Información previa - Contacto primario - Reunión con el cliente <p>Explicar las técnicas de prospectación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espiral - Del sector - De referencia - De base de datos - De barrido interno 	<p>Prospectar clientes de los productos y servicios hoteleros</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p> <p>Persuasivo</p> <p>Asertivo</p> <p>Creativo</p> <p>Tenaz</p> <p>Honesto</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Presentación de ventas	<p>Describir los tipos de presentación de ventas y sus características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informativa - Persuasiva - Recordatoria <p>Explicar las técnicas de presentación de apoyo en las ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muestras y degustaciones - Show room - Ilustraciones - Audiovisuales 	Realizar presentaciones de ventas de productos y servicios en establecimientos de hospedaje	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p> <p>Persuasivo</p> <p>Asertivo</p> <p>Creativo</p> <p>Tenaz</p> <p>Honesto</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p>
Cierre de ventas	<p>Describir el proceso de cierre de ventas en hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociación de objeciones - Cierre (Momento oportuno) - Contratación del servicio <p>Explicar las técnicas de manejo de objeciones en ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociación directa e indirecta - Preguntas - Beneficio superior - Demostración - Oferta de prueba - Testimonio <p>Explicar las técnicas de cierre de ventas:</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 	Realizar cierre de ventas en establecimientos de hospedaje	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Organizado</p> <p>Responsable</p> <p>Persuasivo</p> <p>Asertivo</p> <p>Creativo</p> <p>Tenaz</p> <p>Honesto</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión</p> <p>Capacidad de toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Postventa	<p>Describir los métodos del servicio postventa en hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agregación del valor por sugerencias de ventas - Fidelización o seguimiento del cliente <p>Reconocer los instrumentos de evaluación de la satisfacción del cliente</p>	<p>Evaluar la satisfacción de los clientes en establecimientos de hospedaje</p>	<p>Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de la planeación de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto del proceso ventas que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada - Objetivo - Descripción del servicio: definición, características - Prospectación <ul style="list-style-type: none"> *Presentación de ventas (productos y servicios), justificando las técnicas propuestas *Cierre de la venta, justificando las técnicas de cierre de ventas propuestas *Postventa: justificación del método propuesto e instrumento de medición de satisfacción del cliente a utilizar - Conclusiones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las etapas del proceso de ventas 2. Comprender las fases de cada etapa del proceso de venta 3. Identificar las técnicas del proceso de ventas 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación	Equipo cómputo Equipo de proyección Internet Impresos: revistas especializadas Videos

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Técnicas, estrategias y pronósticos de venta
2 Horas Teóricas	12
3 Horas Prácticas	13
4 Horas Totales	25
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno determinará técnicas, estrategias y pronósticos de ventas para generar mayores ingresos en el hotel.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnicas de ventas	Explicar las técnicas de ventas aplicables en hotelería: - AIDDA - PRAINCODERECI - SPIN	Seleccionar técnicas de venta de acuerdo al tipo de clientes.	Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones
Estrategias de venta	Describir los tipos de estrategias de ventas y su proceso de formulación: - Blitz - Fam trip - Site inspection - Relaciones públicas - Kit de ventas Explicar las tendencias de las estrategias de ventas hoteleras	Formular estrategias de venta aplicadas a hotelería	Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Comercio digital	<p>Identificar las herramientas estratégicas de mercadotecnia digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mailing - Gestión y publicidad de redes sociales - Publicidad en buscadores - Banners en portales - Publicidad en dispositivos móviles - Generación de contenidos <p>Identificar la importancia y funcionamiento de las redes sociales en la venta de servicios hoteleros</p>	<p>Proponer herramientas de marketing digital y de redes sociales en la venta de servicios hoteleros.</p>	<p>Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo</p>
Pronósticos de ventas	<p>Reconocer el concepto de pronóstico</p> <p>Explicar los tipos de pronósticos de venta y su uso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por segmento de mercado - Por región geográfica - Por canal de distribución - Por tipo de unidad o inventario - Por tipo de producto <p>Explicar el proceso de cálculo e interpretación de pronósticos de venta</p> <p>Identificar el uso y funcionamiento de software especializado en ventas</p>	<p>Determinar pronósticos de ventas</p>	<p>Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de la realización de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto de ventas que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada - Objetivo - Descripción del servicio: definición, características - Técnicas de ventas desarrolladas y su justificación - Estrategias de venta desarrolladas y su justificación - Propuesta de estrategias de ventas de comercio digital - Determinación de pronósticos - Evidencia fotográfica de la realización de la expo - Conclusiones y recomendaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las técnicas de ventas aplicables en hotelería 2. Identificar los tipos de estrategias de ventas, su proceso de formulación y herramientas de comercio digital 3. Distinguir los tipos de pronósticos, su uso y proceso de cálculo 4. Identificar el uso y funcionamiento de software especializado en ventas 	<p>Proyecto</p> <p>Rúbrica</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Realización de trabajos de investigación	Equipo cómputo Equipo de proyección Internet Impresos: revistas especializadas Videos

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

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


Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar diagnósticos de venta de los servicios de hospedaje, eventos y centros de consumo considerando técnicas, análisis de los históricos y pronósticos de venta para la definición de estrategias	<p>Formula un diagnóstico de ventas que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de análisis: factores internos y externos - Análisis de históricos de venta - Análisis de pronósticos de venta - Interpretación de resultados - Conclusiones
Formular estrategias de mercadotecnia y ventas en servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, spa, campos de golf, banquetes, grupos y convenciones considerando los resultados del diagnóstico y datos del estudio de mercado para diversificar y posicionar los servicios turísticos.	<p>Integra un informe que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de venta - Perfil del turista - Segmento de mercado - Propuesta de estrategias de mercadotecnia así como de venta y su justificación - Resultados esperados - Presupuesto - Cronograma - Conclusiones

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

VENTAS Y COMERCIO DIGITAL

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Moro, Miguel Rodés, Adolfo	(2014)	<i>Marketing digital</i>	Madrid	España	Editorial: Paraninfo ISBN: 9788428328746
Cron, William	(2016)	<i>Administración de ventas</i>	Ciudad de México	México	Limusa Noriega ISBN: 9786070508127
Ingram, Thomas N.; LaForge, Raymond W.; Schwepker, Charles H. ; Williams, Michael R. y . Avila, Ramon A	(2016)	<i>Ventas</i>	Ciudad de México	México	Cengage ISBN: 9786075224619
Salvio Martínez, Fernando	(2012)	<i>Supervisión de Ventas y Comercialización</i>	Ciudad de México	México	Editorial Trillas ISBN: 9786071703279
Chimera, Joe	(2016)	<i>El ABC de las Ventas</i>	Ciudad de México	México	Editorial Trillas ISBN: 9786071705051
Jobber, David y Lancaster, Geofrey	(2011)	<i>Administración de Ventas</i>	Ciudad de México	México	Pearson ISBN: 9786073208529
Castells, M Artal	(2016)	<i>Dirección de Ventas</i>	Ciudad de México	México	Alfaomega ISBN: 9786076226605
Moliner Tena, Miguel Ángel y Sánchez García, Javier	(2014)	<i>Dirección de Ventas: una visión integral</i>	Madrid	España	Pirámide ISBN: 9788436832297

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Turismo	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	