

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

Programa Educativo: TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TURISMO	Facilitador: LIC. BERTHA EUGENIA GARCÍA ALARCÓN
Cuatrimestre: 4 "A"	Periodo Escolar: SEPTIEMBRE-DICIEMBRE-2020

1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Ventas y Comercio Digital				
Competencia(s) que desarrolla:	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.				
Horas prácticas:	41	Horas teóricas:	34	Horas totales:	75
Objetivo:	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.				
Nombre de las unidades temáticas:	1. Introducción al departamento de ventas 2. Proceso de ventas en hotelería 3. Técnicas, estrategias y pronósticos de venta				

2. DATOS DE LAS UNIDADES TEMÁTICAS

Número y nombre de la unidad temática	Objetivo general por unidad temática	Temas de cada unidad temática
1. Introducción al departamento de ventas	El alumno formulará descripciones de puestos del departamento de ventas para la integración del equipo de trabajo.	Generalidades del departamento de ventas Tipos de ventas Estructura organizacional del departamento de ventas
2. Proceso de ventas en hotelería	El alumno planeará el proceso de ventas para la comercialización de productos hoteleros.	Prospectación Presentación de ventas Cierre de ventas Postventa
3. Técnicas, estrategias y pronósticos de venta	El alumno determinará técnicas, estrategias y pronósticos de ventas para generar mayores ingresos en el hotel.	Técnicas de ventas Estrategias de venta Comercio digital Pronósticos de ventas

3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)

Unidad:	Introducción al departamento de ventas	Duración (Horas)*:	15
Objetivo de unidad:	El alumno formulará descripciones de puestos del departamento de ventas para la integración del equipo de trabajo.		
Tipos de Saberes			
Saber	Saber Hacer	Ser	

Explicar el concepto de venta y su importancia en la hotelería.

Identificar la terminología del departamento de ventas:

- Segmento de mercado
- Prospecto
- Cliente
- Oferta
- Demanda
- Objeción
- Convenio
- Contrato
- Fidelización
- Paquetes
- Cierre
- Presentación
- Comercio electrónico
- Cartera de clientes
- Técnica y estrategia de venta

Explicar las características de los tipos de venta:

- Personales
- Telefónicas
- On line
- Por correo
- Mayoristas
- Minoristas

Identificar los tipos de estructura organizacional del departamento de ventas en hotelería:

- Por zona
- Por producto
- Por clientes

Explicar la descripción de puestos del departamento de ventas en hotelería:

- Director corporativo de ventas
- Gerente de ventas
- Supervisor de ventas
- Publlirrelacionista

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

- Auxiliar de ventas
- Ejecutivo de ventas: grupos, banquetes, agencias de viajes, bodas, call center

Identificar la relación interdepartamental del área de ventas en la hotelería.

	Determinar tipos de ventas aplicables en hotelería. Formular descripciones de puestos del departamento de ventas en hotelería.	Analítico Objetivo Organizado Responsable Analítico Objetivo Organizado Responsable Analítico Objetivo Organizado Responsable
--	---	--

Resultado de la unidad de aprendizaje

A partir de una visita a un establecimiento de hospedaje, elabora un reporte del departamento de ventas que contenga:

- Portada
- Generalidades: Tipo de hotel, ubicación, categoría
- Tipos de venta identificados y sus características
- Organigrama
- Tipo de estructura organizacional
- Descripciones de puestos
- Conclusiones

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Presentación docente, presentación de la asignatura, forma de evaluación, y evaluación diagnóstica.	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje.	Retroalimentación, cierre y evaluación de la unidad.
Medios y materiales didácticos:	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
Estrategias de enseñanza:	Método de casos, Preguntas intercaladas , Panel de discusión, Otros	
Técnicas de enseñanza:	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Otros	
Estrategias de aprendizaje:	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis	
Evidencias de aprendizaje:	A partir de una visita a un establecimiento de hospedaje, elabora un reporte del departamento de ventas que contenga: - Portada - Generalidades: Tipo de hotel, ubicación, categoría - Tipos de venta identificados y sus características - Organigrama -	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Ensayos	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Ensayos	Rúbrica	15 %
	Artículos	Rúbrica	15 %
	Manuales	Rúbrica	20 %
	Programa de radio	Rúbrica	20 %
	Otro	Examen	30 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	30/09/2020		

3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)

Unidad:	Proceso de ventas en hotelería	Duración (Horas)*:	35
Objetivo de unidad:	El alumno planeará el proceso de ventas para la comercialización de productos hoteleros.		
Tipos de Saberes			
Saber	Saber Hacer	Ser	

Identificar las etapas del proceso de ventas aplicable en hotelería:

- Prospección
- Presentación de ventas (productos y servicios)
- Cierre de la venta
- Postventa

Describir el proceso de prospección de venta:

- Identificación del cliente meta
- Información previa
- Contacto primario
- Reunión con el cliente

Explicar las técnicas de prospección:

- Espiral
- Del sector
- De referencia
- De base de datos
- De barrido interno

Describir los tipos de presentación de ventas y sus características:

- Informativa
- Persuasiva
- Recordatoria

Explicar las técnicas de presentación de apoyo en las ventas:

- Muestras y degustaciones
- Show room
- Ilustraciones
- Audiovisuales

Describir el proceso de cierre de ventas en hotelería:

- Negociación de objeciones
- Cierre (Momento oportuno)
- Contratación del servicio

Explicar las técnicas de manejo de objeciones en ventas:

- Negociación directa e indirecta

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

- Preguntas
- Beneficio superior
- Demostración
- Oferta de prueba
- Testimonio

Explicar las técnicas de cierre de ventas:

- Punto de cierre menor
- Resumen de beneficios
- Suposición
- Concesión especial
- Negociación del problema único
- Selección limitada
- Cierre directo

Prospectar clientes de los productos y servicios hoteleros.
Realizar presentaciones de ventas de productos y servicios en establecimientos de hospedaje.
Realizar cierre de ventas en establecimientos de hospedaje.
Evaluar la satisfacción de los clientes en establecimientos de hospedaje.

Analítico
Objetivo
Organizado
Responsable
Persuasivo
Asertivo
Creativo
Tenaz
Honesto
Capacidad para trabajar bajo presión
Capacidad de toma de decisiones
Analítico
Objetivo
Organizado
Responsable
Persuasivo
Asertivo
Creativo
Tenaz
Honesto
Capacidad para trabajar bajo presión
Capacidad de toma de decisiones
Analítico
Objetivo
Organizado
Responsable
Persuasivo
Asertivo
Creativo
Tenaz
Honesto
Capacidad para trabajar bajo presión
Capacidad de toma de decisiones

Describir los métodos del servicio postventa en hotelería:

- Agregación del valor por sugerencias de ventas
- Fidelización o seguimiento del cliente

Reconocer los instrumentos de evaluación de la satisfacción del cliente.

--	--	--

Resultado de la unidad de aprendizaje

A partir de la planeación de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto del proceso ventas que contenga:

- Portada
- Objetivo
- Descripción del servicio: definición, características
- Prospectación
 - *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

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
presentación del contenido de la unidad de aprendizaje, y forma de evaluación de la misma.	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje.	Retroalimentación, cierre y evaluación de la unidad.
Medios y materiales didácticos:	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
Estrategias de enseñanza:	Proyecto colaborativo, Otros	
Técnicas de enseñanza:	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Entrevista, Otros	
Estrategias de aprendizaje:	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis	
Evidencias de aprendizaje:	A partir de la planeación de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto del proceso ventas que contenga: - Portada - Objetivo - Descripción del servicio: definición, características - Prospectación *Presentación de ventas (productos y servi	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Informes	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Exposiciones orales	Rúbrica	15 %
	Ensayos	Rúbrica	15 %
	Video (cortometraje)	Rúbrica	20 %
	Programa de radio	Rúbrica	20 %
	Otro	Examen	30 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	16/11/2020		

3. SECUENCIA DIDÁCTICA POR UNIDAD TEMÁTICA(UNA TABLA POR UNIDAD DE CURSO)

Unidad:	Técnicas, estrategias y pronósticos de venta	Duración (Horas)*:	25
Objetivo de unidad:	El alumno determinará técnicas, estrategias y pronósticos de ventas para generar mayores ingresos en el hotel.		
Tipos de Saberes			
Saber	Saber Hacer	Ser	

Explicar las técnicas de ventas aplicables en hotelería:

- AIDDA
- PRAINCODERECI
- SPIN

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.

Identificar las herramientas estratégicas de mercadotecnia digital:

- Mailing
- Gestión y publicidad de redes sociales
- Publicidad en buscadores
- Banners en portales
- Publicidad en dispositivos móviles
- Generación de contenidos

Identificar la importancia y funcionamiento de las redes sociales en la venta de servicios hoteleros.

Reconocer el concepto de pronóstico.

Explicar los tipos de pronósticos de venta y su uso:

- Por segmento de mercado
- Por región geográfica
- Por canal de distribución
- Por tipo de unidad o inventario
- Por tipo de producto

Explicar el proceso de cálculo e

PLANEACIÓN DIDÁCTICA DESDE LA ENSEÑANZA
BASADA EN COMPETENCIAS

interpretación de pronósticos de venta.

Identificar el uso y funcionamiento de software especializado en ventas.

<p>Seleccionar técnicas de venta de acuerdo al tipo de clientes. Formular estrategias de venta aplicadas a hotelería. Proponer herramientas de marketing digital y de redes sociales en la venta de servicios hoteleros. 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>
	<p>Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones</p>
	<p>Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Analítico Objetivo Organizado Responsable Persuasivo Asertivo Creativo Tenaz Honesto Capacidad para trabajar bajo presión Capacidad de toma de decisiones</p>

Resultado de la unidad de aprendizaje

A partir de la realización de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto de ventas que contenga:

- 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

Secuencia didáctica		
Actividades iniciales	Actividades de desarrollo	Actividades finales
Presentación del contenido de la unidad y forma de evaluar.	Desarrollo del contenido de la unidad de aprendizaje.	retroalimentación, cierre y evaluación
Medios y materiales didácticos:	Computadora, Pizarrón / Plumones , Internet, Otros	
Estrategias de enseñanza:	Aprendizaje orientado a proyectos, Lluvia de ideas , Demostraciones, Otros	
Técnicas de enseñanza:	Lluvia de ideas, Interrogatorio, Entrevista, Otros	
Estrategias de aprendizaje:	Mapas conceptuales , Mapas mentales, Cuadros sinópticos, Resumen, Síntesis,	
Evidencias de aprendizaje:	Otros	
	A partir de la realización de una expo de servicios hoteleros, elabora un proyecto de ventas que contenga: - Portada - Objetivo - Descripción del servicio: definición, características - Técnicas de ventas desarrolladas y su justificación - Estrategia	

4. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE			
Tipo de Evaluación	Estrategia de Evaluación	Instrumento de Evaluación	
Evaluación Diagnóstica:	Informes	Tipo de Instrumento	
		Rúbrica	
Evaluación Formativa:		Tipo de instrumento	Valor del instrumento (%)
	Exposiciones orales	Rúbrica	15 %
	Ensayos	Rúbrica	15 %
	Proyectos	Rúbrica	20 %
	Video (cortometraje)	Rúbrica	20 %
	Otro	Examen	30 %
			100 %
Evaluación Sumativa (Fecha de asignación de la calificación)	09/12/2020		
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR (Requisitar únicamente para asignaturas integradoras)			
Objetivo:			
Asignaturas que contribuyen a la competencia específica:			
Componentes del proyecto:			

LIC. BERTHA EUGENIA GARCÍA ALARCÓN

Elaboró

El Nith, Ixmiquilpan, Hidalgo

Lugar

MTRA. ESTHER BOTHO CLEMENTE

Vo. Bo. del Director del PE

03/09/2020

Fecha de elaboración