

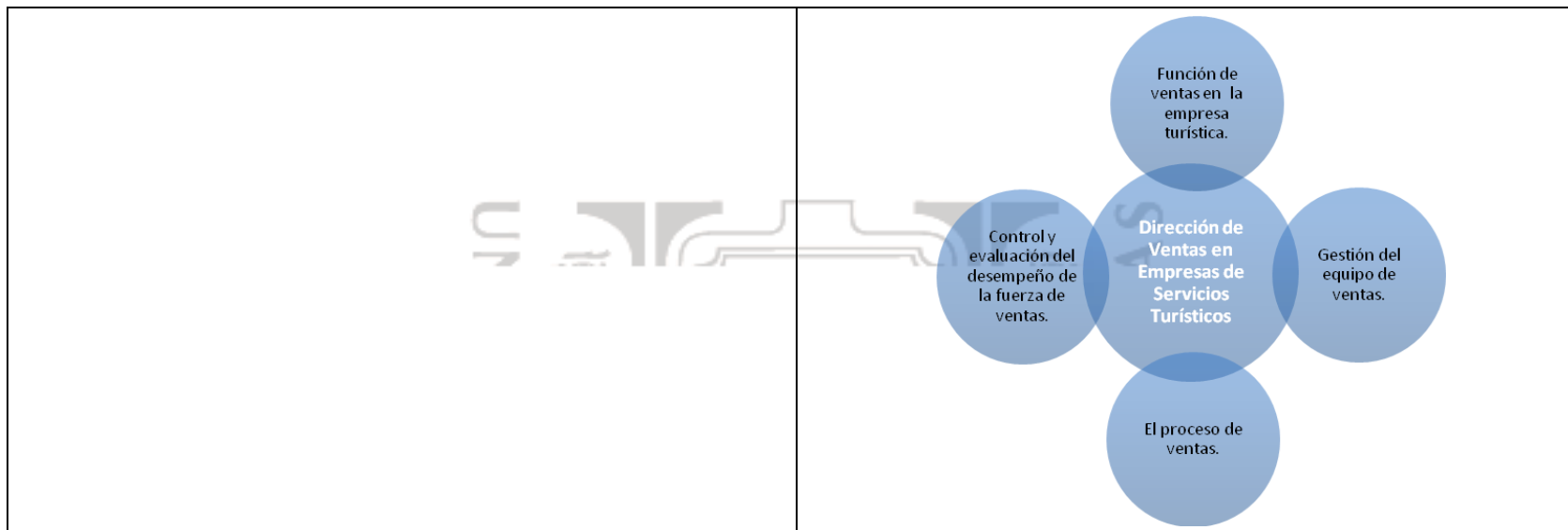
# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Unidad de Competencia									
Dirección de Ventas en Establecimientos de Servicios Turísticos									
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación:					
Noveno	DD	MM	AÑO	Especializada Profesionalizante. En Gestión Empresarial Turística					
	13	Mayo	2013	HD	HP	HAI	HCD	HSM	CR
				2	3	2	5	112	7
PERFIL DEL DOCENTE									
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Licenciatura en Turismo, Administración de Empresas Turísticas, Administración Turística, Gestión Turística o afín. Maestría en Turismo, Administración, Ventas o afín.</li> <li>2. Experiencia laboral deseable en puestos directivos de ventas en empresas y/u organizaciones del sector turístico.</li> <li>3. Dominio del idioma inglés en el nivel B2 del MCER.</li> <li>4. Dominio de paquetería Office, navegación por internet y sistemas de telemercadeo.</li> </ol>									
Propósito general:				Presentación:					
<p>Al finalizar la unidad de competencia, el estudiante podrá dirigir las ventas en una empresa de servicios turísticos, al contener información relevante y conocimientos teórico-prácticos sobre la forma en que esta función se integra a las organizaciones.</p>				<p>En un entorno de competencia como el que se vive actualmente, donde las posibilidades de los consumidores para elegir es cada vez mayor, es necesario que las organizaciones turísticas cuenten con un profesional en el área de dirección de ventas que sea capaz de participar en la definición de estrategias para mejorar los ingresos de la empresa, administrar la fuerza de ventas desde el reclutamiento hasta su evaluación y control, así como utilizar las técnicas más actuales para el diseño e implementación de programas de ventas y mercadotecnia.</p> <p>La unidad se encuentra integrada por cuatro subcompetencias como son la función de ventas en la empresa turística; gestión del equipo de ventas; el proceso de ventas y el control y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.</p> <p>Al ubicarse en el último semestre, esta unidad de competencia viene a fortalecer el énfasis terminal en gestión empresarial turística.</p>					

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA



508

### Competencias

#### Genéricas

- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Capacidad para organizar y planificar el tiempo
- Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
- Capacidad de comunicación oral y escrita
- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación
- Capacidad de investigación
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
- Capacidad para formular y gestionar proyectos

#### Profesionales

- Conocimientos generales de la gestión turística, enriquecidos con otras áreas del saber, como son la administración, la contabilidad, el derecho y la economía, incluyendo las tecnologías de información y comunicación, la mercadotecnia, las matemáticas y la estadística.
- Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará contar con valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los recursos de las comunidades que presentan vocación turística y de la empresa turística.
- Generar sistemas de gestión en la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística a escala local, regional, nacional e internacional.

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

### Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Distingue la función de ventas de la empresa.	<b>Conocimientos:</b> segmentación de mercados, estrategia, dirección, plan.	Al finalizar la unidad de competencia, el estudiante es competente para distinguir la función de ventas de la empresa a través de la segmentación de mercados, estrategia, dirección y el plan; requiriendo de comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo; con iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora.	1. Función de ventas en la empresa turística. <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Análisis competitivo de la segmentación de mercados.</li> <li>b. La función de ventas y la estrategia de la empresa.</li> <li>c. Dirección de ventas en la organización.</li> <li>d. Plan de ventas.</li> </ol>
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Análisis competitivo de la estrategia de una empresa. Argumento sobre la función de ventas en la empresa turística. Ventajas y desventajas de contar con un plan de ventas en la empresa turística.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes Antología Diapositivas Casos Guión del análisis		Exposición del profesor Exposición del estudiante Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Reconoce la gestión del equipo de ventas	<b>Conocimientos:</b> estructura, responsabilidades, organización, sistemas, equipo de ventas, perfiles, capacitación, políticas, comunicación.	Al finalizar la unidad de competencia, el estudiante es competente para reconocer la gestión del equipo de ventas a partir de la estructura, responsabilidades, organización sistemas, equipo de ventas, perfiles, capacitación, políticas y comunicación; requiriendo de comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.	2. Gestión del equipo de ventas. a. Estructura de ventas. b. Definición de responsabilidades. c. Organización. d. Sistemas y acciones de ventas. e. Selección del equipo de ventas. f. Perfil del vendedor. g. Perfil del director de ventas. h. Formación, capacitación y entrenamiento. i. Manejo de reuniones de ventas. j. Políticas de incentivos y remuneraciones.
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Investigación sobre la forma en que integran los equipos de ventas las empresas turísticas por tipo. Integración en simulación de un equipo de ventas.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes Antología Diapositivas Ejemplos Guión de la simulación		Exposición del profesor Exposición del estudiante Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Analiza el proceso de ventas	<b>Conocimientos:</b> negociación, ciclo de ventas, objetivos, plan de acción, gerenciamiento de cuentas, clientes, branding, nuevas tecnologías.	Al finalizar la unidad de competencia, el estudiante es competente para analizar el proceso de ventas a partir de la negociación, ciclo de ventas, objetivos, plan de acción, gerenciamiento de cuentas, clientes, branding, y nuevas tecnologías; requiriendo de comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo; con iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora.	3. El proceso de ventas. a. Técnicas de negociación. b. Gestión del ciclo de ventas. c. Fijación de objetivos y metas. d. Delimitación de rutas y plan de acción. e. Gerenciamiento de cuentas clave. f. Clasificación de clientes y estructura de la cartera. g. Branding, trade marketing, category management, ECR, EDI, merchandising, B2B. h. Nuevas tecnologías y la venta. Business intelligence y CRM.
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Integración en simulación de un proceso de ventas. Investigación sobre el proceso de ventas que realizan las empresas turísticas por tipo.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes Antología Diapositivas Ejemplos Guión de la simulación		Exposición del profesor Exposición del estudiante Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	
Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Estructura el control y	<b>Conocimientos:</b> volumen, costos,	Al finalizar la unidad de	4. Control y evaluación del

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

evaluación del desempeño de la fuerza de ventas	rentabilidad, desempeño.	competencia, el estudiante es competente para estructurar el control y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas a partir del volumen, costos, rentabilidad y desempeño; requiriendo de comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.	desempeño de la fuerza de ventas. a. Análisis del volumen, los costos y la rentabilidad de ventas. b. Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, empatía, toma de decisiones, solución de problemas, comprensión de consecuencias, determinación de soluciones y alternativas, creatividad, trabajo en equipo, alta capacidad de trabajo.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> iniciativa, , percepción, amabilidad, responsabilidad, honestidad, disciplina, colaboración, innovación, diálogo, servicio, mente abierta, cordialidad, atención al entorno, actitud emprendedora		

### Evidencias de desempeño

Integración en simulación del control y evaluación de la fuerza de ventas  
Investigación sobre la forma en que controlan y evalúan las ventas las empresas turísticas.

#### Recursos didácticos

Apuntes  
Antología  
Diapositivas  
Ejemplos  
Guión de la simulación

#### Estrategias de aprendizaje

Exposición del profesor  
Exposición del estudiante  
Discusión grupal  
Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.

512

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	%
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluaciones parciales (3) Argumento escrito sobre la función de ventas en la	<b>40</b>	Genéricas: • Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión	15

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	empresa turística.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de investigación</li> <li>• Capacidad para organizar y planificar el tiempo</li> </ul> <p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos generales de la gestión turística, enriquecidos con otras áreas del saber, como son la administración, la contabilidad, el derecho y la economía, incluyendo las tecnologías de información y comunicación, la mercadotecnia, las matemáticas y la estadística.</li> </ul>	<p>15</p> <p>15</p> <p>55</p>
Habilidades	<p>Análisis competitivo de la estrategia de la empresa. Ventajas y desventajas de contar con un plan de ventas en la empresa turística. Integración en simulación de un equipo de ventas ejercitando lo expuesto en clase. Reporte escrito de investigación sobre la forma en que integran los equipos de ventas las empresas turísticas por tipo. Integración en simulación de un proceso de ventas ejercitando lo expuesto en clase. Reporte escrito de investigación sobre el proceso de ventas que realizan las empresas turísticas por tipo. Integración en simulación del control y evaluación de la fuerza de ventas ejercitando lo expuesto en clase. Reporte escrito de</p>	<b>40</b>	<p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita</li> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación</li> <li>• Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas</li> <li>• Habilidades interpersonales</li> <li>• Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes</li> <li>• Capacidad para formular y gestionar proyectos</li> </ul> <p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará contar con valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los recursos de las comunidades que presentan vocación turística y de la empresa turística.</li> <li>• Generar sistemas de gestión en la micro, pequeña, mediana y gran empresa turística a escala local, regional, nacional e internacional.</li> </ul>	<p>10</p> <p>5</p> <p>5</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>30</p>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	investigación sobre la forma en que controlan y evalúan las ventas las empresas turísticas.			
Valores y actitudes profesionales	Discusión grupal Exposición Investigación documental, de campo y por internet.	<b>20</b>	Genéricas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica</li> <li>• Capacidad para organizar y planificar el tiempo</li> <li>• Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita</li> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación</li> <li>• Capacidad de investigación</li> <li>• Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas</li> <li>• Habilidades interpersonales</li> <li>• Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes</li> <li>• Capacidad para formular y gestionar proyectos</li> </ul>	10 10 10 10 10 10 10 10 10

514

\* Al momento de elaboración la planeación con dosificación de contenidos, es imprescindible que el profesor considere la mezcla de al menos cuatro estrategias para generar el resultado final. Ninguna puede tener un peso mayor al 40% del total.

### Referencias

Referencias
Bibliográficas
Hair, Joseph F.; Anderson, Rolph E.; Mehta, Rajiv; y Babin, Barry J. (2010). Administración de ventas. Relaciones y sociedades con el cliente. México. Cengage Learning. Artal, Castells Manuel (2001). Dirección de ventas. España. Editorial ESIC. 3ª Edición. Cámara, Dionisio y Sanz, María (2001). Dirección de ventas. Vender y fidelizar en el nuevo milenio. España. Prentice Hall. Hoelkers, Dotty Boen (2004). Comercio electrónico. Serie Business. México. Thompson. William, Zigmund G. (2004). CRM Costumer Relationship Management: Administración de relaciones con los clientes. México. CECSA. Küster, I. y Román, S. (2006). Venta personal y dirección de ventas. Editorial Thomson. García, Bobadilla Luis María (2009). +Ventas. España. Editorial ESIC. 3ª Edición. Artal, Castells Manuel (2005). Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. España. McGraw-Hill.



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Jhonson, M.W. y Marshall, G.W. (2009). Administración de ventas. McGraw-Hill.
Hemerográficas
Conrady, R. y Buck, M. (actualización anual), Trends and issues in global tourism, Germany, Springer. Revista del Mercosur (actualización mensual) Tourism-review (actualización mensual)
Sitios Web
www.sectur.gob.mx International Journal of Tourism Management en: www.sciencedirect.com Annals of Tourism Research en: www.sciencedirect.com Tourism Management en: www.sciencedirect.com Organización Mundial del Turismo www.untwo.org
Bases de datos
www.conricyt.mx www.redalyc.org www.springer.com www.ebsco.com