GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Gerencia de Servicios y Ventas
UNIDAD 1: La Gerencia de servicio como alternativa para la competitividad	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Estudio de caso: video “Mala y buena atención Caso Honda”	
OBJETIVO: Desarrollar procesos de gerencia del servicio.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 4	

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permite aplicar conceptos fundamentales de gerencia y marketing de servicios al análisis realista del caso “Honda”, promoviendo el desarrollo de habilidades críticas y estratégicas en atención al cliente. Esta actividad fomenta la integración de teoría y práctica, reforzando la importancia de la inteligencia emocional y estrategias de servicio en el fortalecimiento de la imagen organizacional.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe escrito y presentación) para el análisis del video “Mala y buena atención Caso Honda” e identificar las estrategias de servicio que se aplicaron en la buena atención.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: Se fomentará el análisis crítico y reflexivo para identificar estrategias efectivas de servicio y evaluar su impacto en la atención al cliente.*

Destrezas sensoriales*: Se desarrollará la observación atenta y la escucha activa al analizar el video y captar detalles clave de las interacciones presentadas.*

Destrezas motoras: *Se fortalecerá la escritura estructurada y la habilidad de expresión oral mediante la elaboración del informe y la presentación del análisis.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para analizar y aplicar los conceptos fundamentales de la gerencia y marketing de servicios en el contexto del caso “Honda”.

Se evaluará la calidad del informe escrito, considerando su estructura (introducción, desarrollo, conclusión y referencias), la claridad en la exposición de ideas, y la precisión en la identificación de estrategias de servicio empleadas en la buena atención.

En las presentaciones orales, se valorará la expresión clara y organizada de los resultados, el dominio de los contenidos abordados, y la capacidad de argumentar críticamente.

Además, se integrará el uso adecuado de conceptos clave, como el ciclo del servicio, las 4 “C” del mercadeo y la inteligencia emocional, evidenciando una comprensión integral y práctica de los objetivos planteados.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante analizar previamente el video “Mala y buena atención Caso Honda” para identificar las principales estrategias de servicio presentadas, relacionándolas con los conceptos estudiados en clase.

Los estudiantes deberán revisar los contenidos teóricos, como la definición y características del servicio, el marketing del servicio, las 4 “C” del mercadeo y la inteligencia emocional, disponibles en el texto básico de la asignatura y en la plataforma Classroom.

Es importante que el estudiante elabore un esquema preliminar que facilite la organización de ideas para el informe y la presentación, asegurando una estructura lógica y coherente.

Asimismo, se sugiere practicar la identificación de momentos clave en las interacciones cliente-empresa, comparando ejemplos de buena y mala atención para consolidar los aprendizajes.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Visualización del video**
  - Observar detalladamente el video “Mala y buena atención Caso Honda” identificando los aspectos positivos y negativos en la atención al cliente. Anotar las estrategias empleadas en cada caso.

- **Análisis crítico**
  - Relacionar los conceptos teóricos estudiados, como las características del servicio, el triángulo del servicio y las 4 “C” del mercadeo, con las interacciones presentadas en el video. Identificar los momentos de verdad y las estrategias competitivas aplicadas.

- **Elaboración del informe**
  - Redactar un informe escrito que incluya introducción, análisis del caso, estrategias identificadas y conclusiones. Asegurar que la estructura sea lógica y coherente, incluyendo citas de los contenidos revisados.

- **Preparación de la presentación**

- Diseñar una exposición oral que resuma el análisis realizado. Definir los puntos clave a comunicar, utilizar un lenguaje claro y preparar ejemplos ilustrativos para argumentar las estrategias identificadas.

- **Participación activa**
  - Exponer los hallazgos durante la presentación, respondiendo preguntas y debatiendo con compañeros sobre las estrategias de servicio analizadas. Aportar ideas críticas y constructivas durante la discusión.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán

los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Gerencia de Servicios y Ventas, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver conflictos y tomar decisiones responsables en la gestión de servicios y ventas.

9. CONCLUSIONES:

Al concluir la clase práctica, el estudiante desarrollará la capacidad de analizar críticamente situaciones reales de atención al cliente, identificará estrategias efectivas de servicio y distinguirá entre prácticas positivas y negativas en el trato con clientes.

Además, demostrará habilidades para estructurar y comunicar sus análisis mediante informes escritos y presentaciones orales, aplicará conceptos teóricos como las 4 "C" del mercadeo y la inteligencia emocional, y reforzará su comprensión del impacto de una buena atención en la imagen organizacional y en la satisfacción del cliente.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante mantener un enfoque crítico y reflexivo al analizar situaciones de atención al cliente, asegurándose de identificar tanto aspectos positivos como áreas de mejora en las estrategias de servicio. Es importante aplicar de manera consistente los conceptos teóricos, como las 4 "C" del mercadeo y la inteligencia emocional, para fundamentar los análisis y propuestas. Además, se sugiere estructurar los informes y presentaciones de forma clara y lógica, priorizando la coherencia en la comunicación de ideas. Finalmente, se aconseja valorar el impacto de una atención de calidad en la percepción del cliente y la imagen organizacional, promoviendo el aprendizaje continuo y la integración de buenas prácticas en futuros contextos profesionales.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Gerencia de Servicios y Ventas
UNIDAD 2: La Gerencia de venta, el animador y la animación de vendedores.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: El gerente de ventas	
OBJETIVO: Describir las capacidades gerenciales y la capacidad de manejar equipos de alto rendimiento.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 4	

1. **FUNDAMENTOS:**

   La clase práctica permite a los estudiantes aplicar conocimientos clave sobre las responsabilidades y capacidades de un gerente de ventas mediante un cuestionario interactivo. Esta actividad fomenta la comprensión de la transición de vendedor a gerente y refuerza habilidades gerenciales esenciales, promoviendo la integración de teoría y práctica en contextos reales de ventas.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Desarrollar actividades prácticas (participación y realización de cuestionario) para responder un cuestionario sobre las responsabilidades y capacidades de un Gerente de ventas.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: El estudiante analizará y sintetizará información sobre las responsabilidades y capacidades del gerente de ventas para responder de manera reflexiva y fundamentada el cuestionario.*

Destrezas sensoriales*: Desarrollará la capacidad de identificar detalles clave en las descripciones de roles y habilidades gerenciales, optimizando la comprensión de conceptos durante la actividad.*

Destrezas motoras: *Se fortalecerá la precisión en la escritura y la interacción con el cuestionario, garantizando respuestas claras y organizadas.*

4. **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:**

   La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para comprender y aplicar los conceptos clave relacionados con las responsabilidades y capacidades de un gerente de ventas.

Se evaluará la participación activa en la actividad práctica, así como la precisión, claridad y fundamentación de las respuestas en el cuestionario. Además, se considerará la correcta identificación de las funciones del gerente de ventas, las decisiones estratégicas que toma, y su papel como animador de vendedores.

El cuestionario permitirá verificar el dominio de los contenidos, como las capacidades gerenciales en ventas, la transición de vendedor a gerente, y las reglas de oro en la gerencia de ventas, evidenciando un entendimiento integral del tema.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante realizar una lectura detallada del material de estudio relacionado con la gerencia de ventas, disponible en la plataforma Classroom y en la bibliografía básica de la asignatura.

Es fundamental que analice los contenidos sobre las responsabilidades y decisiones del gerente de ventas, las capacidades gerenciales, y las reglas de oro en la gerencia, asegurándose de comprender cómo se relacionan con las dinámicas comerciales.

Además, se sugiere tomar notas sobre los conceptos clave y elaborar un esquema preliminar que facilite responder de manera fundamentada el cuestionario.

Para una preparación óptima, se recomienda repasar ejemplos de transición de vendedor a gerente y reflexionar sobre el rol del gerente como animador de vendedores, aplicando estos conocimientos a posibles escenarios prácticos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Revisión previa del contenido**
  - Leer y analizar los materiales relacionados con la gerencia de ventas, con especial énfasis en las responsabilidades, capacidades gerenciales y reglas de oro. Identificar conceptos clave y ejemplos prácticos.

- **Participación activa**
  - Escuchar y participar en las discusiones iniciales dirigidas por el docente, enfocándose en comprender la importancia del rol del gerente de ventas como animador de vendedores.

- **Realización del cuestionario**
  - Responder el cuestionario, aplicando los conceptos teóricos al análisis de las responsabilidades y capacidades del gerente de ventas. Asegurarse de fundamentar las respuestas con ejemplos relevantes.

- **Reflexión y retroalimentación**
  - Comparar las respuestas con las de sus compañeros durante la retroalimentación grupal. Identificar aciertos y áreas de mejora en la comprensión del contenido.

- **Aplicación práctica**
  - Reflexionar sobre cómo las capacidades y decisiones gerenciales pueden aplicarse en situaciones reales de ventas, destacando el aprendizaje obtenido y posibles escenarios prácticos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Gerencia de Servicios y Ventas, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver conflictos y tomar decisiones responsables en la gestión de servicios y ventas.

9. CONCLUSIONES:

Al concluir la clase práctica, el estudiante desarrollará la capacidad de identificar y analizar las responsabilidades clave y las decisiones estratégicas de un gerente de ventas.

Además, demostrará comprensión de las capacidades gerenciales necesarias para liderar equipos comerciales de manera efectiva y aplicará los conceptos teóricos a situaciones prácticas mediante la resolución fundamentada del cuestionario.

Asimismo, reconocerá la importancia del rol del gerente como animador de vendedores y fortalecerá su habilidad para relacionar teoría y práctica en contextos profesionales.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante consolidar los conocimientos adquiridos mediante la revisión continua de los contenidos teóricos relacionados con la gerencia de ventas, enfocándose en las responsabilidades y decisiones estratégicas que caracterizan el rol del gerente. Es fundamental reflexionar sobre la aplicación práctica de estas capacidades en escenarios reales, identificando oportunidades para fortalecer habilidades de liderazgo y animación de equipos comerciales.

Asimismo, se sugiere participar activamente en debates y actividades prácticas que permitan relacionar teoría y práctica, promoviendo un aprendizaje integral y orientado al desarrollo profesional en el ámbito de las ventas.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Gerencia de Servicios y Ventas
UNIDAD 3: La Planeación y Organización de ventas.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Las 7 P de la planeación de las ventas	
OBJETIVO: Describir la Administración de recursos financieros y la capacidad de analizar la competencia	
TIEMPO DE DURACIÓN: 5	

1. **FUNDAMENTOS:**

   La clase práctica fomenta el análisis crítico y aplicado de la planeación y organización de ventas, abordando aspectos como políticas, pronósticos, presupuestos, y organización de la fuerza de ventas. Esta actividad integra teoría y práctica, fortaleciendo habilidades para estructurar estrategias efectivas y presentar informes claros y fundamentados en el contexto comercial.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Desarrollar actividades prácticas (informe y presentación) para analizar las temáticas de la Unidad, sobre la planeación y organización de ventas.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: El estudiante desarrollará la capacidad de analizar, estructurar y evaluar estrategias de planeación y organización de ventas, aplicando conceptos clave de manera crítica y fundamentada.*

Destrezas sensoriales*: Se fortalecerá la observación y análisis detallado de datos y metodologías, como pronósticos y presupuestos de ventas, identificando patrones y áreas de mejora.*

Destrezas motoras: *El estudiante aplicará habilidades de escritura y presentación al elaborar informes claros y realizar exposiciones orales organizadas y efectivas.*

4. **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:**

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para analizar y aplicar los conceptos clave relacionados con la planeación y organización de ventas.

Se evaluará la elaboración del informe, considerando la claridad y organización del

contenido, el cumplimiento de los elementos requeridos (introducción, desarrollo, conclusión y referencias), y la correcta aplicación de términos como políticas de ventas, pronósticos y presupuestos.

Asimismo, se considerará la precisión en la exposición oral, valorando la capacidad de sintetizar información y comunicar ideas de manera clara y fundamentada. La evaluación permitirá evidenciar un dominio integral de las temáticas abordadas, destacando habilidades críticas y aplicativas en el ámbito comercial.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante revisar de manera exhaustiva los contenidos sobre planeación y organización de ventas disponibles en el texto básico de la asignatura y en la plataforma Classroom.

Es importante que analice conceptos clave como las funciones del gerente de ventas, las siete "P" de la planeación, y los elementos de organización, incluyendo territorios, rutas y cuotas de ventas. Los estudiantes deberán identificar ejemplos prácticos que ilustren estos conceptos y elaborar un esquema preliminar para estructurar sus ideas de forma lógica y coherente en el informe.

Además, se sugiere practicar la redacción de párrafos claros y realizar simulaciones de presentación para garantizar una exposición efectiva y fundamentada. La preparación previa permitirá una participación activa y un análisis crítico durante la actividad práctica.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Revisión de conceptos clave**
  - Analizar los contenidos de la unidad, enfocándose en las funciones del gerente de ventas, las siete "P" de la planeación y los elementos de organización de ventas, disponibles en la plataforma Classroom.

- **Análisis de información**
  - Identificar y comprender cómo se aplican las políticas, pronósticos, presupuestos y procedimientos de ventas en casos reales. Reflexionar sobre la importancia de la planificación y organización en el desempeño comercial.

- **Elaboración del informe**
  - Diseñar un informe que estructure los hallazgos en secciones claras: introducción, análisis de los temas de planeación y organización, conclusiones, y referencias. Asegurarse de integrar ejemplos y aplicar conceptos clave.

- **Preparación de la presentación**
  - Diseñar una presentación oral que sintetice los puntos clave del análisis. Practicar la exposición para garantizar una comunicación clara y profesional, utilizando lenguaje técnico y ejemplos ilustrativos.

- **Participación activa en clase**

- Presentar el informe y participar en la discusión grupal, compartiendo ideas y escuchando aportes de los compañeros. Aplicar el conocimiento adquirido para argumentar sobre la planeación y organización de ventas.

- **Reflexión final**
  - Revisar el desempeño en la actividad práctica y las observaciones del docente para identificar áreas de mejora, consolidar los aprendizajes, y fortalecer habilidades críticas y aplicativas en el ámbito comercial.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso

de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Gerencia de Servicios y Ventas, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver conflictos y tomar decisiones responsables en la gestión de servicios y ventas.

9. CONCLUSIONES:

Al concluir la clase práctica, el estudiante desarrollará la capacidad de analizar e interpretar los elementos clave de la planeación y organización de ventas, incluyendo las siete "P" y las funciones del gerente de ventas.

Además, demostrará habilidades para estructurar y comunicar ideas de manera clara y fundamentada a través del informe y la presentación.

Asimismo, aplicará conceptos teóricos en contextos prácticos, reconocerá la importancia de una planificación efectiva para el éxito comercial y fortalecerá su capacidad crítica para evaluar estrategias y procesos organizativos en ventas.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante continuar profundizando en los conceptos clave de la planeación y organización de ventas, revisando casos prácticos que refuercen la aplicación de las siete "P" y las funciones del gerente de ventas.

Es importante mantener un enfoque crítico para evaluar estrategias comerciales y adaptarlas a diferentes contextos. Además, se sugiere practicar habilidades de comunicación escrita y oral, enfocándose en la claridad y fundamentación de las ideas. Participar activamente en debates y análisis grupales permitirá fortalecer el aprendizaje colaborativo y la capacidad de tomar decisiones informadas en el ámbito de la gestión comercial.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	**ASIGNATURA:** Gerencia de Servicios y Ventas
UNIDAD 4: La Dirección de la fuerza vendedora y el Control.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Tratamiento del talento de ventas.	
OBJETIVO: Identificar la Capacidad de solucionar conflictos	
TIEMPO DE DURACIÓN: 4	

3. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permite a los estudiantes analizar y aplicar conceptos clave sobre la dirección de la fuerza de ventas, como liderazgo, motivación, comunicación y evaluación del desempeño. Esta actividad integra teoría y práctica, fortaleciendo habilidades para liderar equipos comerciales y optimizar su desempeño mediante estrategias efectivas de dirección y control.

4. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (informe y presentación) para analizar las temáticas de la Unidad, sobre la dirección de la fuerza de ventas.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento*: El estudiante desarrollará la capacidad de analizar estrategias de liderazgo, motivación y control para dirigir la fuerza de ventas de manera efectiva y fundamentada.*

Destrezas sensoriales*: Se fortalecerá la observación y análisis crítico de informes y guías de evaluación, identificando patrones y áreas clave en el desempeño de la fuerza de ventas.*

Destrezas motoras: *El estudiante aplicará habilidades de redacción y presentación para elaborar informes claros y comunicar ideas de manera efectiva durante la exposición oral.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante para analizar y aplicar los conceptos relacionados con la dirección de la fuerza de ventas, como liderazgo, motivación, manejo de conflictos y evaluación del desempeño.

Se evaluará la claridad y organización del informe, considerando su estructura (introducción, desarrollo, conclusiones y referencias) y la correcta aplicación de

conceptos como el perfil y la capacitación del vendedor.

En la presentación, se valorará la síntesis y comunicación efectiva de ideas, fundamentando los análisis realizados. Asimismo, se considerará la precisión técnica al abordar el control y evaluación mediante informes de ventas y guías de desempeño, evidenciando dominio conceptual y habilidades críticas y comunicativas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante revisar detalladamente los contenidos de la unidad sobre dirección de la fuerza de ventas, disponibles en el texto básico de la asignatura y la plataforma Classroom.

Es fundamental que se familiarice con conceptos clave como liderazgo, motivación, comunicación y manejo de conflictos, así como con los elementos de control y evaluación, como informes de ventas y guías de desempeño.

Los estudiantes deberán realizar una búsqueda adicional de información en fuentes confiables para enriquecer su análisis. Se sugiere elaborar un esquema preliminar que facilite la organización de ideas para el informe, asegurando una estructura lógica que incluya introducción, desarrollo, conclusiones y referencias.

También se recomienda practicar la redacción de párrafos claros y concisos, y realizar simulaciones de la presentación para garantizar una comunicación efectiva durante la actividad. Esta preparación previa será clave para el análisis crítico y la correcta aplicación de los conceptos abordados.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Revisión de los conceptos clave**
  - Analizar los temas de la unidad relacionados con la dirección de la fuerza de ventas, incluyendo liderazgo, motivación, comunicación y manejo de conflictos, disponibles en la plataforma Classroom y la bibliografía básica.

- **Análisis de información**
  - Profundizar en los elementos de control y evaluación, como los informes de ventas y las guías para evaluar el desempeño del vendedor. Identificar cómo estos conceptos se aplican en contextos prácticos.

- **Elaboración del informe**
  - Diseñar un informe estructurado que incluya introducción, desarrollo, conclusiones y referencias, destacando el análisis de los temas asignados. Asegurarse de incluir ejemplos relevantes y aplicar conceptos teóricos al análisis.

- **Preparación de la presentación**
  - Organizar una presentación que resuma los puntos clave del informe. Practicar la comunicación de ideas con claridad, utilizando un lenguaje profesional y apoyándose en recursos visuales si es necesario.

- **Participación activa en clase**
  - Presentar el informe en el aula, interactuando con compañeros y docentes para recibir retroalimentación. Participar en debates y discusiones sobre las temáticas abordadas para consolidar el aprendizaje.

- **Reflexión final**
  - Evaluar el desempeño durante la actividad práctica, revisando las observaciones del docente y compañeros. Identificar áreas de mejora para fortalecer el entendimiento y aplicación de los conceptos sobre la dirección de la fuerza de ventas.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura Gerencia de Servicios y Ventas, los estudiantes fortalecerán su capacidad para trabajar en equipo, resolver conflictos y tomar decisiones responsables en la gestión de servicios y ventas.

9. CONCLUSIONES:

Al concluir la clase práctica, el estudiante desarrollará la capacidad de analizar y evaluar estrategias de dirección de la fuerza de ventas, considerando aspectos clave como liderazgo, motivación y manejo de conflictos. Además, aplicará conceptos teóricos al análisis práctico de informes y guías de evaluación, demostrará habilidades para estructurar y presentar ideas de manera clara y fundamentada, y fortalecerá su capacidad crítica para identificar y proponer mejoras en la gestión de equipos comerciales. Asimismo, reconocerá la importancia de la dirección efectiva para alcanzar los objetivos organizacionales y adquirirá herramientas para optimizar el desempeño de los vendedores.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante continuar profundizando en los conceptos y estrategias relacionados con la dirección de la fuerza de ventas, enfocándose en su aplicación práctica en diversos contextos comerciales. Es fundamental reflexionar sobre cómo el liderazgo, la motivación y la resolución de conflictos pueden impactar el desempeño de los equipos. Además, se sugiere mantener una práctica constante en la elaboración de informes y presentaciones, priorizando la claridad, coherencia y fundamentación de las ideas. Participar en debates y actividades grupales permitirá fortalecer la capacidad crítica y colaborativa, favoreciendo una comprensión integral de las dinámicas comerciales. Finalmente, se aconseja explorar herramientas actualizadas para evaluar y mejorar el desempeño de los vendedores, promoviendo un enfoque innovador y eficaz en la gestión de equipos.