



SEP

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR



PROGRAMA DE ESTUDIO

Técnico en Administración

Modulo II

Servicio y Atención al Cliente

Submódulo I

Establecer comunicación con el cliente



Noviembre, 2005

Reforma Curricular del Bachillerato Tecnológico Estructura y Programas de Estudio de la Carrera de Técnico en Administración

Profesores que elaboraron la estructura y programas de estudio de la carrera de técnico en: Administración

NOMBRE	ESTADO
Ruser José Castro Medrano	Yucatán
Orlanda Santos Rodríguez	Oaxaca
Ma. Antonieta Martínez Bojórquez	Sonora

Coordinadores de Diseño:

NOMBRE	ESTADO
Maria Penélope Granados Villa	Sonora
Ismael Enrique Lee Cong	Quintana Roo

Coordinador del Componente de Formación Profesional:

NOMBRE
Espiridión Licea Pérez

Directorio

Dr. Reyes S. Tamez Guerra
Secretario de Educación Pública

Dra. Yoloxóchitl Bustamante Díez
Subsecretaria de Educación Media Superior

Ing. Lorenzo Vela Peña
Director General de Educación Tecnológica Industrial

Mtro. Roberto Lagarda Lagarda
Coordinador Nacional de Organismos Descentralizados Estatales de CECyTEs

Lic. Elena Karakowsky Kleyman
Responsable de Desarrollo Académico de los CECyTEs

Mensaje para los Maestros

El Modelo de la Educación Media Superior Tecnológica comprende y alienta continuamente un proceso de formación humana en todas las etapas de la vida, a la vez que faculta para responder por nuestros egresados como seres sociales, transformadores, con destrezas adquiridas, creatividad, claridad de criterio y solidaridad. Así mismo, se busca una mayor flexibilidad para el tránsito dentro del sistema bachillerato tecnológico e impulsar las oportunidades de calidad y pertinencia de los procesos educativos que se desarrollan al interior de los planteles, en vinculación estrecha con el medio social.

El presente programa tiene el propósito de orientar el trabajo docente en el componente de formación profesional siguiendo una estructura modular, cada módulo se divide en submódulos, los cuales especifican lo que el alumno será capaz de realizar al término de cada uno en sitios de inserción laboral.

Los módulos de formación profesional se elaboraron de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Coordinación Nacional de los CECyTEs, en trabajos colegiados con docentes que cuentan con experiencia en el diseño y operación de programas de educación basada en competencias.

En cada submódulo se presenta el desarrollo didáctico, considerando los resultados de aprendizaje a lograr, las competencias a desarrollar, las estrategias de aprendizaje, los recursos y materiales de apoyo, los criterios y las evidencias para realizar la evaluación.

En los resultados de aprendizaje y sitios de inserción laboral de cada módulo se presenta lo que el alumno será capaz de hacer (los aprendizajes demostrados a través de competencias) y el área en donde podrá laborar.

En las estrategias de aprendizaje se consideran:

El encuadre grupal: proporciona al alumno la información relacionada con los contenidos y competencias a desarrollar, así como los criterios para la evaluación de competencias.

La relación con el entorno: son actividades que contextualizan el escenario y sitios de inserción donde el alumno desarrollará la función laboral.

El desarrollo de las esferas de competencia: son actividades de solución de problemas, demostración de procedimientos técnicos, búsqueda de información con apoyo de las tecnologías de la información y comunicación, investigación de campo y bibliográfica, aplicación de evaluaciones formativas y realimentación.

El cierre del submódulo: son actividades que sintetizan y realimentan el proceso de aprendizaje, además de evaluar las competencias adquiridas.

Los recursos materiales de apoyo: son los medios necesarios para desarrollar y ejercitar la competencia.

La evaluación de las competencias: proceso mediante el cual se verifica el aprendizaje de acuerdo a los resultados de evaluación a través de las evidencias de conocimiento, desempeño o producto.

En la evaluación de competencias se consideran:

Las evidencias de desempeño: son las habilidades y destrezas que el alumno deberá demostrar al realizar una actividad relacionada con un resultado de aprendizaje o competencia a desarrollar.

Las evidencias de producto: son los productos tangibles que el alumno deberá entregar, como resultado de una actividad relacionada con una competencia a desarrollar.

Las evidencias de conocimiento: son los aprendizajes que manifiestan los alumnos, producto de la aplicación de un instrumento de evaluación.

Las evidencias de actitud: son los valores, actitudes y hábitos que el alumno manifiesta al desarrollar una actividad.

Las fuentes de información: es una lista que constituyen el acervo básico de consulta para el desarrollo de los contenidos del submódulo.

El glosario: es la lista de palabras técnicas con su respectiva definición.

Cada docente podrá establecer las actividades complementarias para lograr los resultados de aprendizaje de acuerdo con su experiencia, así como sugerencias y/o recomendaciones para la operación del programa.

Contenido

I. Estructura de la Carrera

- Justificación de la carrera
- Estructura Curricular del Bachillerato Tecnológico
- Propósito de la carrera
- Perfil profesional de la carrera
- Módulos y submódulos por semestre
- Resultados de aprendizajes y sitios de inserción de los módulos

II. Programa de Estudio

- Nombre del módulo
- Nombre del submódulo y duración
- Resultado de aprendizaje del submódulo
- Competencias a desarrollar
- Estrategias de aprendizaje
 - A) Encuadre grupal
 - B) Relación con el entorno
 - C) Desarrollo de las esferas de competencia
 - D) Cierre del submódulo
 - E) Recursos materiales de apoyo
- Evaluación de competencias

III. Fuentes de Información

IV. Glosario

Justificación de la Carrera

El país ha firmado varios tratados comerciales, lo que representa una gran oportunidad en el desarrollo de la micro, pequeña y grandes empresas; esta dinámica genera una demanda mayor en las diferentes regiones del país de especialistas con las competencias que tiene el técnico en administración.

El técnico de la carrera de administración cubre una necesidad derivada de las tendencias macroeconómicas de elevar la productividad en toda organización.

Los organismos tanto públicos como privados, con o sin fines de lucro están inmersos en un ambiente competitivo, que hace necesario que todos sus recursos sean administrados en forma eficiente y eficaz. El técnico en administración esta formado con características que cubran ésta necesidad, en virtud de que es un especialista en gestionar, organizar y ejecutar procesos en donde se optimicen dichos recursos.

Su perfil le permite asistir a la alta gerencia de las organizaciones en la toma de decisiones en forma efectiva, así mismo apoyar en las diferentes áreas funcionales y niveles de la organización.

COORDINACIÓN DE ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS ESTATALES DE CECyTEs

Estructura Curricular del Bachillerato Tecnológico en Administración Clave TAD-04

1er. Semestre	2o. Semestre	3er. Semestre	4o. Semestre	5o. Semestre	6o. Semestre
Álgebra 4 horas	Geometría y Trigonometría 4 horas	Geometría Analítica 4 horas	Cálculo 4 horas	Probabilidad y Estadística 5 horas	Matemática Aplicada 5 horas
Inglés I 3 horas	Inglés II 3 horas	Inglés III 3 horas	Inglés IV 3 horas	Inglés V 5 horas	Optativa 5 horas
Química I 4 horas	Química II 4 horas	Biología 4 horas	Física I 4 horas	Física II 4 horas	Asignatura específica del área propedéutica correspondiente (1) 5 horas
Tecnologías de la Información y la Comunicación 3 horas	Lectura, Expresión Oral y Escrita II 4 horas	Ciencia, Tecnología, Sociedad y Valores II 4 horas	Ecología 4 horas	Ciencia, Tecnología, Sociedad y Valores III 4 horas	Asignatura específica del área propedéutica correspondiente (2) 5 horas
Ciencia, Tecnología, Sociedad y Valores I 4 horas	Módulo I Gestión Administrativa 17 horas	Módulo II Servicio y Atención al Cliente 17 horas	Módulo III Administración del Factor Humano 17 horas	Módulo IV Procesos de Comercialización y Distribución 12 horas	Módulo V Administración de Procesos de Valores y Operaciones de Crédito 12 horas
Lectura, Expresión Oral y Escrita I 4 horas					
COMPONENTE DE FORMACIÓN BÁSICA 1, 200 HORAS		COMPONENTE DE FORMACIÓN PROPEDEÚTICA 480 HORAS		COMPONENTE DE FORMACIÓN PROFESIONAL 1,200 HORAS	

Área Físico – Matemáticas		Área Económico – Administrativas		Área Químico – Biológicas	
Temas de Física	(1)	Administración	(1)	Bioquímica	(1)
Dibujo Técnico	(2)	Economía	(2)	Biología Contemporánea	(2)

Estructura de la Carrera de Técnico en Administración

Propósito de la Carrera:

Al término de la carrera, el egresado será capaz de realizar actividades administrativas de gestión, en la administración de los recursos: humanos, materiales, financieros y técnicos de una entidad

Perfil Profesional:

Al término de la carrera el egresado será capaz de desempeñarse en áreas administrativas tales como: mercadotecnia, recursos humanos, materiales y financieros de los organismos públicos y privados

Módulos y Submódulos de la Carrera de Técnico en Administración

		Módulos	Submódulos	Duración	
				Horas Semana	Total
Semestre	2°	I.-Gestión Administrativa	I.-Controlar información interna y externa de la organización	6	272 Horas
			II.-Ejecutar las fases del proceso administrativo de acuerdo a las necesidades de una entidad	5	
			III.-Emplear equipo electrónico para la elaboración de documentación administrativa	6	
	3°	II.-Servicio y Atención al Cliente	I.-Establecer comunicación con el cliente	5	272 Horas
			II.-Aplicar en la venta, las técnicas de detección de necesidades y satisfacción del cliente	6	
			III.-Desarrollar técnicas de psicología y relaciones públicas en función del cliente	6	
	4°	III.-Administración del Factor Humano	I.- Registrar información contable para elaborar estados financieros	6	272 Horas
			II.-Ejecutar las fases de la admisión y el empleo	5	
			III.-Emplear técnicas para la administración de los sueldos y salarios	6	
	5°	IV.-Procesos de Comercialización y Distribución	I.-Comprar y distribuir bienes y servicios	6	192 Horas
			II.-Promocionar y vender bienes y servicios	6	
	6°	V.-Administración de Procesos de Valores y Operaciones de Crédito	I.-Utilizar técnicas para la interpretación de los estados financieros	6	192 Horas
			II.-Registrar operaciones de crédito y cobranza	6	

Resultados de Aprendizaje y Sitios de Inserción

Resultados de Aprendizaje	Sitios de Inserción
Módulo I. Al término del módulo el alumno será capaz de: Gestionar actividades administrativas de acuerdo a las necesidades de la entidad	Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área administrativa de organismos públicos y privados
Módulo II. Al término del módulo el alumno será capaz de: Establecer vínculos de comunicación con los clientes asumiendo las responsabilidades que implican sus necesidades y requerimientos	Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en empresas comerciales, turísticas y de servicios públicos y privados
Módulo III. Al término del módulo el alumno será capaz de: Aplicar las fases del proceso administrativo en el factor humano de una entidad	Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área de recursos humanos de organizaciones públicas y privadas
Módulo IV. Al término del módulo el alumno será capaz de: Aplicar técnicas en los procesos de comercialización y distribución de productos y/o servicios de una entidad	Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área de mercadotecnia de organizaciones públicas y privadas
Módulo V. Al término del módulo el alumno será capaz de Administrar los procesos de valores y operaciones de crédito	Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en las áreas de instituciones financieras

Programa de Estudio

Datos Generales	Módulo II	Servicio y Atención al Cliente	Duración	272 Horas
	Submódulo I	Establecer comunicación con el cliente	Duración	5 hrs/sem
	Resultado de Aprendizaje	Al término del submódulo el alumno será capaz de establecer comunicación con el cliente		
	Competencias a Desarrollar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente. 2. Aplicar los instrumentos de investigación para obtener información del cliente. 3. Interpretar resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación. 		

Estrategia de Aprendizaje

A) Encuadre grupal:

A través de una exposición el docente deberá:

- Presentar el submódulo.
- Informar los contenidos del submódulo.
- Informar sobre los resultados de aprendizaje.
- Informar sobre las competencias a desarrollar.
- Informar sobre las evidencias esperadas.
- El docente realiza una actividad para asegurarse de la comprensión de los puntos expuestos a través de un instrumento de Evaluación.

Estrategia de Aprendizaje

B) Relación con el entorno:

- El docente realiza visitas con los alumnos a una empresa comercial al departamento de atención al cliente.

C) Desarrollo de las esferas de competencia:

1. Aplicar las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente.

El docente diseñará actividades y escenarios para que el alumno desarrolle:

Habilidades y destrezas para:

- Diseñar herramientas de comunicación.
- Aplicar encuestas.
- Realizar entrevistas.
- Elaborar reporte

Conocimientos sobre:

- Concepto de cliente
- Concepto de comunicación
- Tipos de clientes
- Factores que influyen en la conducta del consumidor
- Procedimientos para obtener información con el cliente

Actitudes:

- Responsabilidad
- Cooperación
- Orden
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Aplicar las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente.

Estrategia de Aprendizaje

2. Aplicar los instrumentos de investigación para obtener información del cliente.

El docente diseñará actividades y escenarios para que el alumno desarrolle:

Habilidades y destrezas para:

- Aplicar las herramientas de investigación.
- Realizar entrevistas.
- Organizar la información obtenida en la investigación.

Conocimientos sobre:

- Investigación de mercados
- Mercadotecnia
- Entrevista
- Técnicas de expresión corporal
- Técnicas de expresión verbal

Actitudes:

- Responsabilidad
- Cooperación
- Orden
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Aplicar los instrumentos de investigación para obtener información del cliente.

Estrategia de Aprendizaje

3. Interpretar resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación.

El docente diseñará actividades y escenarios para que el alumno desarrolle:

Habilidades y destrezas para:

- Analizar la información.
- Interpretar la información.
- Elaborar informes.
- Proponer alternativas de solución.

Conocimientos sobre:

- Concepto de tabulación
- Tipos de encuestas
- Registros de información
- Análisis de resultados

Actitudes:

- Responsabilidad
- Cooperación
- Orden
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Interpretar resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación.

Estrategia de Aprendizaje

D) Cierre del submódulo:

- El docente diseñará una práctica que integre las competencias desarrolladas en el submódulo.
- El docente realimenta a los alumnos sobre las fallas y desviaciones en la práctica integradora.

E) Recursos materiales de apoyo:

- Lápices.
- Hojas de rotafolio
- Revistas
- Proyector de acetatos
- Plumones
- Cañón
- Videos

Evaluación de Competencias

Actividad: De forma individual el alumno realizará una actividad para establecer comunicación con el cliente.

Evidencias por desempeño 40%:

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto 50%:

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados.

Evidencias de conocimiento 0%:

Evidencias de actitudes 10%:

Responsabilidad:

Evidencias por desempeño

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados

Cooperación:

Evidencias por desempeño

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados.

Evaluación de Competencias

Orden:

Evidencias por desempeño

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados.

Amabilidad:

Evidencias por desempeño

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados.

Tolerancia:

Evidencias por desempeño

1. Los instrumentos de investigación para obtener la información del cliente aplicados.

Evidencias por producto

1. Las herramientas para diseñar la comunicación con el cliente aplicadas.
2. Los resultados obtenidos en la aplicación de instrumentos de investigación interpretados.

Fuentes de Información

Dennis J. Cahill. *Mercadotecnia Interna*. México. Ed. PANORAMA

Schultz D.P. *Psicología Industrial*. Ed. Mc. Graw Hill

Assael Henry. *Comportamiento del Consumidor*. Ed. Thomson

Kotler Philips. *Dirección de Marketing*. México 2002. Ed. Prentice Hall

Glosario

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD: Serie de anuncios coordinados y otros esfuerzos promocionales que comunican un concepto o una idea.

CONCEPTO DE MARKETING: Sostiene que la clave para que una organización alcance sus metas es ser más eficaz que sus competidores en cuanto a crear, entregar y comunicar valor a los clientes de sus mercados meta.

CONCEPTO DE PRODUCTO: Sostiene que los consumidores prefieren los productos que ofrecen la mejor calidad el mejor desempeño o las características innovadoras.

CONCEPTO DE VENTA: Sostiene que los consumidores y los negocios, si se les deja solos normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos de la organización.

DIÁLOGO: Texto de anuncio que entrega los puntos de venta de un mensaje al auditorio por conducto de un personaje o personajes.

GRUPOS DE REFERENCIA: Todos los grupos que tiene una influencia directa o indirecta sobre las actitudes o conductas de una persona.

IMAGEN: Conjunto de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene acerca de un objeto.

LECTORES: Medida de la circulación de un periódico multiplicado por el número de lectores de un ejemplar.

MARKETING: Proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean, mediante la creación la oferta y el libre intercambio con otros de productos y servicios valiosos.

SATISFACCIÓN: Sensaciones de placer o de decepción que tiene una persona al comparar el desempeño o resultado percibido de un producto, con sus expectativas.

SERVICIO: Cualquier acto o desempeño que una empresa puede ofrecer a otra, y que es, en esencia, intangible y no da origen a la propiedad de algo.

TEXTO: Versión escrita de un anuncio. Especifica la coordinación de los elementos del texto con las escenas en el video.