



SEP

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
MEDIA SUPERIOR



# PROGRAMA DE ESTUDIO

## Técnico en Administración

---

### Modulo II

*Servicio y Atención al Cliente*

### Submódulo II

*Aplicar en la venta, las técnicas de detección de necesidades y satisfacción del 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					
<b>COMPONENTE DE FORMACIÓN BÁSICA 1, 200 HORAS</b>		<b>COMPONENTE DE FORMACIÓN PROPEDEÚTICA 480 HORAS</b>		<b>COMPONENTE DE FORMACIÓN PROFESIONAL 1,200 HORAS</b>	

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°	<b>I.-Gestión Administrativa</b>	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°	<b>II.-Servicio y Atención al Cliente</b>	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°	<b>III.-Administración del Factor Humano</b>	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°	<b>IV.-Procesos de Comercialización y Distribución</b>	I.-Comprar y distribuir bienes y servicios	6	192 Horas
			II.-Promocionar y vender bienes y servicios	6	
	6°	<b>V.-Administración de Procesos de Valores y Operaciones de Crédito</b>	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
<b>Módulo I.</b> 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
<b>Módulo II.</b> 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
<b>Módulo III.</b> 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
<b>Módulo IV.</b> 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
<b>Módulo V.</b> 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

<b>Datos Generales</b>	<b>Módulo II</b>	<b>Servicio y Atención al Cliente</b>	<b>Duración</b>	<b>272 Horas</b>
	<b>Submódulo II</b>	Aplicar en la venta, las técnicas de detección de necesidades y satisfacción del cliente	<b>Duración</b>	6 hrs/sem
	<b>Resultado de Aprendizaje</b>	Al término del submódulo el alumno será capaz de atender los requerimientos del cliente y proporcionarle información.		
	<b>Competencias a Desarrollar</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proporcionar información al cliente sobre productos y servicios de la organización.</li> <li>2. Atender los requerimientos del cliente.</li> </ol>		

## 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, para conocer las necesidades manifiestas del cliente y las técnicas que se utilizan para satisfacerlo.

### C) Desarrollo de las esferas de competencia:

#### 1. Proporcionar información al cliente sobre productos y servicios de la organización.

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

##### Habilidades y destrezas para:

- Satisfacer las necesidades del cliente.
- Posicionar los productos y/o servicios en el mercado.

##### Conocimientos sobre:

- Bienes y servicios: concepto, características, precios.
- Instrumentos de apoyo para las ventas por teléfono y televisión.
- Diseño de instrumentos para las ventas y promoción de producto y/o servicio por teléfono y televisión.
- Telemarketing: concepto y características
- Interlocutor.
- Perfil del vendedor de telemarketing.
- Importancia, elementos e impacto del telemarketing.

## Estrategia de Aprendizaje

### Actitudes:

- Responsabilidad
- Orden
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Proporcionar información al cliente sobre productos y servicios de la organización.

### 2. Atender los requerimientos del cliente.

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

### Habilidades y destrezas para:

- Aplicar técnicas de atención al cliente.
- Emplear los medios de comunicación con el cliente.

### Conocimientos sobre:

- Solicitudes y pedidos.
- Reportes.
- Técnicas de atención al cliente.
- Medios de comunicación.
- Concepto de telemarketing.
- Objetivo de la tele venta.
- Concepto de interlocutor.
- Tipos de interlocutores.
- Perfil del vendedor del tele- marketing.
- Servicio de atención telefónica
- Imagen de la organización a través del teléfono.
- Técnicas de comunicación telefónica.
- Avances tecnológicos en la comunicación.

## Estrategia de Aprendizaje

### Actitudes:

- Responsabilidad
- Orden
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Atender los requerimientos del cliente.

### 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
- Video

## Evaluación de Competencias

**Actividad:** El alumno de forma individual realizará una actividad para atender los requerimientos del cliente y proporcionarle información.

**Evidencias por desempeño 40%:**

1. Los requerimientos del cliente atendidos.

**Evidencias por producto 50%:**

1. La información al cliente sobre productos y servicios de la organización proporcionada.

**Evidencias de conocimiento 0%:**

**Evidencias de actitudes 10%:**

**Responsabilidad:**

Evidencias por desempeño

1. Los requerimientos del cliente atendidos.

Evidencias por producto

1. La información sobre productos y servicios proporcionada

**Orden:**

Evidencias por desempeño

1. Los requerimientos del cliente atendidos.

Evidencias por producto

1. La información sobre productos y servicios proporcionada

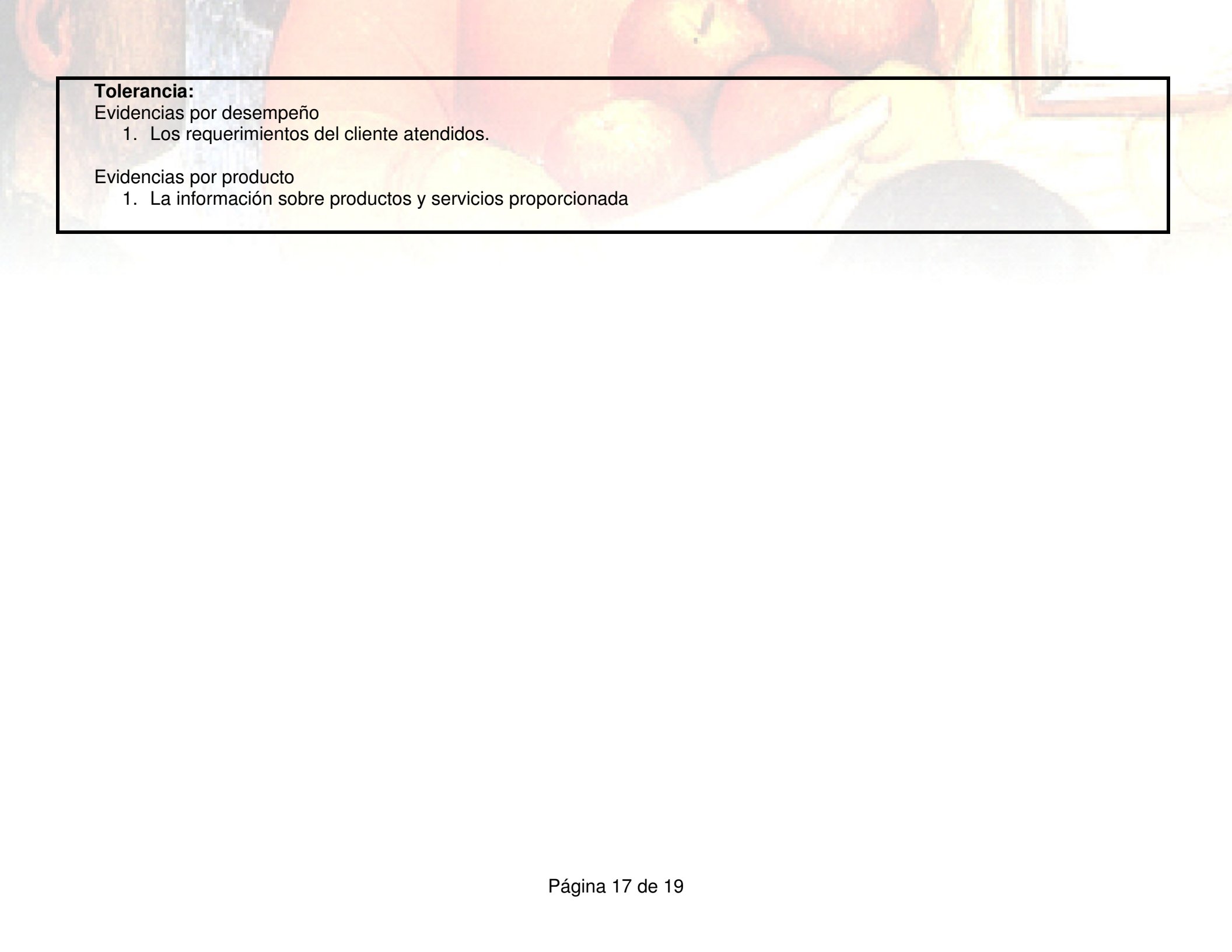
**Amabilidad:**

Evidencias por desempeño

1. Los requerimientos del cliente atendidos.

Evidencias por producto

1. La información sobre productos y servicios proporcionada

The background of the page is a still life painting. It features a collection of fruit, including several oranges and lemons, some of which are in a white bowl. A dark-colored hat is visible in the lower right foreground. The lighting is warm, creating soft shadows and highlights on the fruit's surfaces.

**Tolerancia:**

Evidencias por desempeño

1. Los requerimientos del cliente atendidos.

Evidencias por producto

1. La información sobre productos y servicios proporcionada

## 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

Berrou Jean, Paul *Para escribir bien en la empresa*. México. Edición 2005 Deusto

Fry ron *Como organizar mejor tu tiempo* México. Edición 2005 Alfaomega- Everest

HenrYassaeL *Comportamiento del consumidor* México Thomson 7ª Edición

Himstreet William Y Baty Wayne *Guía para la redacción de cartas e informes en la empresa*. 2005 Deusto Méx.

IMCP *Globalización y cambio estructural* . México. Fondo Editorial del Instituto Mexicano de Contadores Público

IMCP *Mercadotecnia estratégica* Fondo Editorial del Instituto Mexicano de Contadores Públicos

IBARRA ,David (2005). *¿ Como le hago para vender más?*. México. *Mercadotecnia en 6 Pasos* Grupo Noriega Editores

Roger Blackwell/ Paul Miriard/ James Engel *Comportamiento del Consumidor*. México. Thomson 9ª Edición

Stewart Greg2005 *Trabajo en equipo y dinámica de grupos*. México. Grupo Noriega Editores

## 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 parte 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.