



SEP

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN
MEDIA SUPERIOR



PROGRAMA DE ESTUDIO

Técnico en Administración

Modulo II

Servicio y Atención al Cliente

Submódulo III

Desarrollar técnicas de psicología y relaciones públicas en función 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					
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
<p>Módulo I. Al término del módulo el alumno será capaz de: Gestionar actividades administrativas de acuerdo a las necesidades de la entidad</p>	<p>Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área administrativa de organismos públicos y privados</p>
<p>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</p>	<p>Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en empresas comerciales, turísticas y de servicios públicos y privados</p>
<p>Módulo III. Al término del módulo el alumno será capaz de: Aplicar las fases del proceso administrativo en el factor humano de una entidad</p>	<p>Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área de recursos humanos de organizaciones públicas y privadas</p>
<p>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</p>	<p>Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en el área de mercadotecnia de organizaciones públicas y privadas</p>
<p>Módulo V. Al término del módulo el alumno será capaz de Administrar los procesos de valores y operaciones de crédito</p>	<p>Al término del módulo el alumno será capaz de laborar en las áreas de instituciones financieras</p>

Programa de Estudio

Datos Generales	Módulo II	Servicio y Atención al Cliente	Duración	272 Horas
	Submódulo III	Desarrollar técnicas de psicología y relaciones públicas en función del cliente	Duración	6 hrs/sem
	Resultado de Aprendizaje	Al término del submódulo el alumno será capaz de desarrollar las técnicas de psicología que impacten en la decisión de compra		
	Competencias a Desarrollar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar las técnicas de la psicología del consumidor. 2. Ejecutar las relaciones públicas con el cliente. 		

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 planta productiva para que conozca por lo menos dos técnicas de la psicología del consumidor.

C) Desarrollo de las esferas de competencia:

1. Aplicar las técnicas de la psicología del consumidor.

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

Habilidades y destrezas para:

- Determinar los gustos y preferencias del consumidor.
- Influir en la decisión de compra.

Conocimientos sobre:

- Concepto de psicología
- Psicología y comportamiento del consumidor
- Alcances de la psicología del consumidor
- Anuncios comerciales
- Comunicación

Actitudes:

- Responsabilidad
- Respeto
- Amabilidad
- Tolerancia

Estrategia de Aprendizaje

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Aplicar las técnicas de la psicología del consumidor.

2. Ejecutar las relaciones públicas con el cliente.

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

Habilidades y destrezas para:

- Emplear técnicas de relaciones públicas para satisfacer las necesidades del cliente.
- Influir en la percepción del cliente con respecto a la imagen que tiene de la empresa.
- Establecer el vínculo de la empresa con clientes.

Conocimientos sobre:

- Relaciones públicas
- Publicidad
- Importancia de las relaciones públicas
- Clasificación de las relaciones públicas
- Concepto de público
- Tipos de público

Actitudes:

- Responsabilidad
- Respeto
- Amabilidad
- Tolerancia

El docente diseñará una actividad para que el alumno demuestre la competencia: Ejecutar las relaciones públicas con el cliente.

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: El alumno de forma individual realizará una actividad para aplicar las técnicas de psicología que impacten en la decisión de compra.

Evidencias por desempeño 40%:

1. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Evidencias por producto 50%:

1. Las técnicas de la psicología del consumidor aplicadas.
2. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Evidencias de conocimiento 0%:

Evidencias de actitudes 10%:

Responsabilidad:

Evidencias por desempeño

1. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Evidencias por producto

1. Las técnicas de la psicología del consumidor aplicadas.
2. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Respeto:

Evidencias por desempeño

1. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas

Evidencias por producto

1. Las técnicas de la psicología del consumidor aplicadas.
2. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Amabilidad:

Evidencias por desempeño

1. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas

Evidencias por producto

1. Las técnicas de la psicología del consumidor aplicadas.
2. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

Tolerancia:

Evidencias por desempeño

1. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas

Evidencias por producto

1. Las técnicas de la psicología del consumidor aplicadas.
2. Las relaciones públicas con el cliente ejecutadas.

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

Glosario

ANUNCIOS CLASIFICADOS: Anuncios en periódicos que aparecen como mensajes en todo el ejemplar, organizados en categorías como artículos deportivos, empleos y automóviles.

AUDITORIO: Grupo de personas que pueden recibir e interpretar mensajes enviados por los anunciantes a través de los medios masivos de comunicación.

DISEÑO: Estructura de los aspectos estilísticos y estéticos de un anuncio impreso.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Diseño obtención, análisis y presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes de una situación de marketing específica que enfrenta la empresa.

MEDIOS: Amplia categoría de medios, como televisión, radio o periódico.

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS: Plan que identifica los objetivos y actividades relacionadas con las comunicaciones de relaciones públicas que emite una compañía.

PUBLICIDAD: Cualquier forma pagada, no personal, de presentación y promoción de ideas bienes o servicios, por parte de un patrocinador que se identifique.

PÚBLICO: Cualquier grupo que tiene un interés real y potencial, o un impacto sobre la capacidad de una empresa para lograr sus objetivos.

RELACIONES PÚBLICAS: Diversos programas diseñados para promover o proteger la imagen de una empresa o de sus productos individuales.

VALOR TOTAL PARA EL CLIENTE: Conjunto de beneficios que los clientes esperan de un producto o servicio.