

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 1 de 12

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

PRÁCTICAS PEDAGOGICAS

ASIGNATURA: VENTAS Y PUBLICIDAD

(CLAVE: LMKTN 944 / 02)

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 2 de 12

Índice

Introducción	3
Reglamento y Normativa de Prácticas	4
PLAN DE VENTAS Y PUBLICIDAD.	6
Fundamentación	8
Instructivo de llenado	8
Ficha técnica de práctica	9
Evaluación	11
Bibliografía	12

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 3 de 12

INTRODUCCIÓN

La Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte es la primera institución en fundamentar la necesidad de desarrollar un modelo académico deportivo que brinde la oportunidad única a los estudiantes del disfrute de la práctica sistemática del fútbol u otro deporte y en paralelo, compartir y adquirir experiencias académicas profesionales deportivas y de convivencia social con todos los que se encuentran inscritos en los diferentes programas de secundaria, bachillerato, licenciaturas o posgrados.

Entre las características del modelo se destacan que existen una excelente coordinación entre el componente académico y deportivo en la formación de los deportistas y que se aplican estándares de calidad en la evaluación y el control de todos los involucrados en el proceso de preparación deportiva y académica que responde a la necesidad de formar de manera integral con énfasis en lo intelectual, deportivo y humano de los adolescentes y jóvenes deportistas con vista a alcanzar el alto rendimiento deportivo y/o profesional.

En la Licenciatura en Mercadotecnia desarrollamos profesionales altamente capacitados y con conocimientos, habilidades y destrezas dentro del amplio campo de la Mercadotecnia en general y particularmente aquella relacionada con el deportista. Nuestro objetivo es formar profesionales capaces de y finalmente brinda espacios para el desarrollo de prácticas pedagógicas, prácticas profesionales y de servicio social de los estudiantes de la UFD de las licenciaturas y posgrados.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD
Este documento es propiedad de Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte			

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 4 de 12

NORMATIVA

Reglamento de Prácticas Pedagógicas

Objetivo. Favorecer el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas en escenarios laborales reales, donde podrán adquirir la propia experiencia profesional, de acuerdo a la Licenciatura que cursa.

Sobre las prácticas pedagógicas.

1° El presente reglamento es de observancia obligatoria para todos los alumnos a realizar Prácticas Pedagógicas.

2° La organización, dirección y regulación estará a cargo del Coordinador de la Licenciatura y docente de la asignatura correspondiente a las prácticas con el visto bueno de la Dirección General de Licenciatura y Posgrado de la Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte.

3° Por ningún motivo el programa de Prácticas Pedagógicas deberá afectar el horario de clase del estudiante debiendo contar éste con el tiempo suficiente para poder trasladarse del lugar donde se encuentre a la Universidad, o viceversa.

Los requisitos que debe cubrir un alumno (a) para realizar sus Prácticas Pedagógicas son:

1. Ser alumno (a) de la Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte.
2. Estar cursando la asignatura correspondiente a la Práctica Pedagógica.

La Coordinación de Licenciatura dará seguimiento al programa de actividades previamente planeadas desde el POA con base a:

- a) La línea curricular, asignatura y laboratorio en el cual desarrollará la práctica.
- b) El Manual de Prácticas Pedagógicas de la asignatura.
- c) Las supervisiones y seguimiento por parte del Coordinador Académico
- d) El portafolio de evidencias de prácticas pedagógicas por parte del alumno, el cual deberá ajustarse a las rúbricas de evaluación de la práctica.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 5 de 12

Son obligaciones.

Son obligaciones de todo alumno que se presente a realizar Prácticas Pedagógicas, lo siguiente:

- 1) Cumplir con su horario tipo de prácticas pedagógicas en tiempo y forma.
- 2) Cuando inicien las Prácticas Pedagógicas, su vestimenta deberá ajustarse a las políticas observadas de la Institución que le recibe.
- 3) Comportarse debidamente, recordando que dentro de la empresa o institución representan a la Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte.
- 4) Si por cualquier motivo necesitara faltar, deberá obtener la autorización de la persona que coordine su trabajo, siendo validado por el Líder Académico, docente de la asignatura y responsable del laboratorio, debiendo tramitar tres días hábiles antes del permiso. Si se ausenta por causas de fuerza mayor, deberá informarlo de inmediato.
- 5) Observar y respetar los reglamentos y políticas que maneja el área de práctica.
- 6) Llevar consigo la credencial de la Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte, a fin de identificarse como el alumno de éste cuando sea necesario.
- 7) Cuidar y hacer buen uso de los aparatos y equipos que les facilite la empresa para la realización de las prácticas.
- 8) Manejar con discreción y profesionalismo la información a la que tiene acceso.
- 9) Demostrar interés, responsabilidad y eficiencia en las actividades que le sean asignadas.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD
Este documento es propiedad de Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte			

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 6 de 12

CUATRIMESTRE: NOVENO

ASIGNATURA: VENTAS Y PUBLICIDAD (CLAVE: LMKTN-944 / 2)

NOMBRE DE LA PRÁCTICA: PLAN DE VENTAS Y PUBLICIDAD

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 7 de 12

FUNDAMENTACIÓN

Debido a la enorme cantidad de diversos productos y servicios que surgen día a día, la publicidad pasó a ser indispensable para que el público pueda conocerlos y al igual que informarse sobre los cambios que se producen en ellos. La aspiración de todo productor es llegar a confundir el producto con la marca, consiguiendo que el consumidor vaya a un almacén y no pida una gaseosa cola, sino una "coca" o "pepsi", lo que es factible gracias a la publicidad intensiva.

Las técnicas de la venta constituyen el cuerpo de métodos usados en la profesión de ventas. Las técnicas en uso varían mucho, desde la venta consultiva centrada en el cliente hasta el muy presionado "cierre duro". La maestría en la teoría sobre determinadas técnicas de la venta puede ofrecer rentas muy altas, mientras que la falta de ella puede resultar deprimente y frustrante. El retrato de este último aspecto se refleja en la obra "Muerte de un viajante" de Arthur Miller.¹ El vendedor tiene que hacer frente a menudo a muchos rechazos, lo que es difícil de manejar emocionalmente, citándose generalmente como la razón más habitual para dejar la profesión. Debido a esto, las técnicas del entrenamiento de ventas incluyen una gran cantidad de material de motivación y la preparación dada por profesionales de la psicología o exvendedores adiestrados llamados coaches; éstos suelen ser gerentes o vendedores con larga trayectoria. En general el entrenamiento de ventas suele ser muy aguerido y llevado a límites de la práctica y el entendimiento son comparados con los entrenamientos militares de supervivencia ya que el vendedor está continuamente rozando la frustración y el rechazo.¹ La llamada "tendencia al NO" se les debe formar ética y formalmente utilizando varios conceptos de la psicología moderna inductiva. Hoy un verdadero profesional de las ventas es una persona muy calificada en varios rubros o temas humanísticos como la psicología, la comercialización, técnicas de oratoria, la programación neurolingüística, motivacionales e idiomas.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD
Este documento es propiedad de Universidad del Fútbol y Ciencias del Deporte			

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 8 de 12

INSTRUCTIVO DE LLENADO PARA FORMATO DE PRÁCTICAS

1. Ficha de identificación de la práctica:
 - 1.1 Nombre de la práctica: Indica la práctica que se realizara
 - 1.2 Nombre del responsable: Indica el responsable académico de la práctica
 - 1.3 Indica el laboratorio en el cual se desarrollará la práctica.
 - 1.4 Duración de la práctica: Indica el tiempo en el cual se desarrollará la práctica.
 - 1.5 Numero de práctica: Indica el número de práctica que se realiza.
 - 1.6 Horario: indica el horario en que se realiza la practica
2. Objetivo: Describe el propósito a alcanzar durante la práctica.
3. Material a utilizar: Mencionar tipo y cantidad del material a utilizar durante la práctica.
4. Desarrollo:
 - 4.1 Alumno: Describir las actividades que el alumno desarrollará durante la sesión práctica.
5. Observaciones: En caso de presentar alguna situación extraordinaria con la práctica (material, horario, espacio, responsable del área, incidencia de alumnos, variaciones en la práctica, etc.) describirlo en este apartado.
6. Competencias obtenidas: Describir los conocimientos, habilidades y actitudes que el alumno adquiere al realizar la práctica.
7. Evaluación: Indica el valor numérico en relación al contenido de la práctica.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ CCORIDNADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 9 de 12

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

NOVENO CUATRIMESTRE

VENTAS Y PUBLICIDAD

NOMBRE DE LA PRÁCTICA	PLAN DE VENTAS Y PUBLICIDAD	
RESPONSABLE:		
ÁREA:		
DURACIÓN DE LA PRÁCTICA 300 horas	NÚMERO DE PRÁCTICA 1	HORARIO *en base a planeación

OBJETIVO:

Diseño de un Plan de Ventas y Publicidad como herramienta administrativa y como se aplica en las empresas para hacer propuestas de mejora.

MATERIAL A UTILIZAR:

Material	Cantidad
Rubrica	1

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 10 de 12

DESARROLLO:

Alumno:

- Identificar y determinar las funciones y responsabilidades del gerente de ventas reconociendo la importancia y las funciones que ahí se realizan.
- Define las habilidades y conocimientos de un vendedor profesional y describe el perfil idóneo de acuerdo con el producto a ofrecer.
- Identifica los conceptos, condiciones y supuestos de la planeación y organización del departamento de ventas y describe las etapas del proceso de ventas para la organización en función de los objetivos de la empresa.
- Diseña un plan de ventas a la medida de una empresa.

DOCENTE:

- Recepción de los alumnos
- Explica claramente la forma de trabajo
- Exposición magistral con video proyector previo del tema.
- Supervisión de la practica

- Conclusiones.

El alumno al finalizar su práctica realizara una infografía con el diagrama de flujo con los pasos del procedimiento administrativo aplicado en una empresa real o virtual, de lo previamente aprendido.

Observaciones

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ CCORIDNADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 11 de 12

EVALUACIÓN

ASPECTOS A EVALUAR	DESCRIPCIÓN	% PONDERACIÓN
Conceptual	Registra y sintetiza claramente toda la información relacionada con el tema.	50%
Procedimental	Hace debido uso y manejo del equipo.	15%
Actitudinal	Asiste en tiempo y forma a su práctica para recibir las indicaciones y desarrollar sus actividades en un ambiente de respeto y colaboración.	20%
Cognitiva	Siempre utiliza los recursos cognitivos necesarios para el procesamiento de la información al momento de integrar los resultados de cada una de los instrumentos de inteligencia.	15%
TOTAL		100%

Bibliografía

- FERRER, R; EULALIO. (1996). "EL PUBLICISTA: TESTIMONIOS Y MENSAJES". TRILLAS.
- MERCADO, H; SALVADOR. (2002). "ADMINISTRACION DE VENTAS: COMOC CONVENIR LAS VENTAS EN UTILIDADES". THOMSON.

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ CCORIDNADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD

MANUAL DE PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Dirección de Licenciatura y Posgrado	Vigente a partir de: Agosto 2018	Clave: UFD-LMK-PD-MN-05
	Versión: 1.0	Página 12 de 12

ANEXO 1
RUBRICA DE INFOGRAFIA

RUBRICA PARA EVALUAR INFOGRAFIA

	RUBRO	5 %	3%	1 %
1.	Título y/o subtítulo: incluye el título y/o subtítulo de la investigación bibliográfica.			
2.	Imágenes a color o en blanco y negro (fotos, esquemas, diagramas, graficas, ilustraciones, entre otros): representan las ideas o hechos centrales de la investigación bibliográfica.			
3.	Uso del espacio: posee una estructura clara que permite distribuir adecuadamente los textos e imágenes en el espacio gráfico.			
4.	Textos e imágenes: están claramente relacionados entre sí.			
5.	Organización de los textos e imágenes: se muestran de manera ordenada y jerarquizada.			

TOTAL

ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ	LIBERÓ
MTRA CLAUDIA YARENI PEREZ LIDER ACADEMICO	LIC ROSA ANGELICA BEJARANO LOPEZ COORDINADORA DE COMPETITIVIDAD	MTRA YESENIA LARA MAYORGA DIRECTORA LIC. Y POSGRADO	DRA. GABRIELA MURGUIA CANOVAS PRESIDENTA DEL CONSEJO UFD