IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA		
Facultad de Estudios a Distancia - FESAD		
Escuela: Ciencias Administrativas y Económicas		
PROGRAMA: **TÉCNICA PROFESIONAL EN PROCESOS COMERCIALES Y FINANCIEROS**		Plan: 15081
Asignatura/módulo: **TÉCNICA DE VENTAS**	Código: 8110188	
Semestre al cual pertenece la asignatura/módulo: **III**	Periodo académico: **II - 2025**	

APOYO TUTORIAL		
Nombre Docente	**Información de Contacto**	**CREADS**

PERFIL DE EGRESO

El **Técnico Profesional en Procesos Comerciales y Financieros**, es de gran importancia en el contexto global por cuanto posee habilidades, destrezas y actitudes para el desempeño en procedimientos de apoyo técnico, en las áreas y/o departamentos Comercial y Financiero de cualquier empresa; mediante la aplicación de las TIC con competencias creativas, toma de decisiones, emprendimiento, con actitud de servicio hacia el desarrollo de proyectos innovadores buscando un desarrollo sostenible de las comunidades.

PROPOSITO DE FORMACIÓN

La asignatura Técnica en Ventas, se ha diseñado para contribuir en la formación integral de los estudiantes de los Programas de la Facultad de Estudios a Distancia, desarrollar competencias en apoyo al área comercial y financiera de una empresa pública y privada.

Este curso busca que el estudiante analice y comprenda los tipos y las técnicas de ventas más utilizadas en la actualidad por las organizaciones, con la finalidad de que aprendan a identificar la más apropiada para su empresa.

Asimismo, este curso presenta las herramientas para conocer y aplicar el proceso de venta de los productos que parte del conocimiento del producto, la prospección de clientes potenciales, la presentación del producto, la argumentación y manejo de objeciones, el proceso de cierre de la venta y finaliza con el servicio postventa, de manera que permita la interactuar con clientes, mejorar la relación comercial y generar la satisfacción y fidelidad con los clientes.

Se parte de la concepción que toda venta requiere de un proceso, que consiste en una secuencia de pasos que se deben tener en cuenta para lograr con éxito la venta, al tiempo poder planear y organizar mejor la venta del producto y el curso facilita la conceptualización, y la aplicación del proceso para culminar con el éxito la venta.

Finalmente, todo plan de ventas requiere un antes, un durante y un después de la venta (post venta); cada etapa requiere ser planeada y atendida a fin de generar satisfacción en el cliente de manera que la venta se convierta en repetitiva y al tiempo genere fidelización del cliente con la marca, dinámica que se fortalece a partir de las temáticas vistas en el desarrollo de este curso de formación en el programa Técnica Profesional en Procesos Comerciales y Financieros.

COMPETENCIA DEL PROGRAMA

Competencias Generales

El programa **Técnica Profesional en Procesos Comerciales y Financieros** en cuanto al SABER-SABER, en la formación por competencias, las estrategias planteadas ayudan a formar estructuras cognitivas, con el propósito de que los estudiantes sean creativos, innovadores y asertivos y no solo reproductores de lo que se les ha enseñado, de tal forma que el conocimiento global se va disgregando y trabajando acorde con las necesidades del entorno, la empresa y la educación, para una aplicabilidad óptima y efectiva en contexto real.

Competencia Transversales

El programa de **Técnica Profesional en Procesos Comerciales y Financieros,** propiciara, además de las competencias laborales, aquellas necesarias para la formación del profesional integral en cuanto al SABER-SER. Los profesionales de este programa, deben obedecer a personas íntegras, con capacidades, valores y actitudes acordes con las diferentes circunstancias que se presentan en las empresas, así como la evidencia de las adecuadas relaciones con las demás personas, el trabajo en equipo y la proyección que como empresa evidencian en su Misión y Visión. La educación debe dotar a los seres humanos de instrumentos intelectuales que le permitan comprender el mundo que le rodea y comportarse como un individuo responsable y justo en complemento con el aprender a aprender y aprender a hacer.

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Al final de esta asignatura/módulo el estudiante estará en capacidad de:

- **Competencia Cognitiva:** el estudiante se apropia de los conocimientos que comprende la asignatura mediante las técnicas de aprendizaje autónomo, incorporando estrategias que le permitan interrelacionarlos y aplicarlos en situaciones reales del entorno.
- **Competencia Comunicativa:** se asocia con el contexto disciplinar y socio cultural realizando el proceso de interpretar contenidos, argumentar problemas y proponer soluciones.
- **Competencia Valorativa:** se desarrolla el saber ser mediante la interacción en equipos de trabajo y a través del el dialogo de razones se reconoce el valor de los argumentos del otro.
- **Competencia Socio-Afectiva:** Se establecen vínculos inspiradores de confianza entre compañeros que permite generar conductas, motivaciones y generación de ideas para que los estudiantes puedan vivir en comunidad.

Competencias Específicas del curso:

Al final de esta asignatura/modulo el estudiante estará en capacidad de:

Asesor al cliente en el portafolio de productos y servicios de acuerdo a la política interna y normatividad vigente.

Facilitar el servicio a los clientes internos y externos de acuerdo con las políticas de la organización.

METODOLOGÍA

La metodología corresponde a la modalidad de **educación Virtual**, por lo que asumir la actividad académica propuesta, implica que el estudiante debe garantizar la obtención de los medios de interacción con la comunidad académica tales como: el celular, Internet, computador, textos y medios escritos. La Institución educativa garantizará la contratación del docente, plataforma virtual, y demás recursos tecnológicos de comunicación e información.
Se tiene en cuenta el Aprendizaje Autónomo como elemento central del proceso educativo, que estimula al estudiante para que sea el autor de su propio desarrollo y en especial construya por sí mismo su conocimiento, bajo la orientación y acompañamiento del tutor, teniendo en cuenta los pilares de la UNESCO como: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser.

Se orienta al aprendiente a través de los siguientes pasos metodológicos:

Diseño de guía de autoaprendizaje con los siguientes componentes: Información institucional, apoyo tutorial que hace referencia a la información del docente y el entorno en que se desempeña, datos del perfil profesional, propósitos del curso, contenido temático del curso, actividades para el desarrollo del curso, tiempos para el desarrollo de productos, fuentes de consulta bibliográfica e infográfica.
Acompañamiento permanente a través de las tecnologías de la información y la comunicación y sesiones tutoriales sincrónicas para la interacción de los actores del proceso de aprendizaje.
El estudiante debe verificar su inscripción dentro del curso virtual en la plataforma Moodle y el acceso a todos los recursos de trabajo, en caso de detectarse problemas, debe remitirse a la oficina de educación virtual de la UPTC para reportar la situación.
A través de la valoración, validación (retroalimentación) y evaluación se presentan los resultados del trabajo académico del docente y del aprendiente.
El aprehendiente cuenta con unas herramientas de comunicación con el docente, como son: el correo electrónico, los foros, los mensajes internos por plataforma, el teléfono celular, aplicaciones de mensajería como WhatsApp, los videos llamados por internet, y el chat de soporte. Este último será programado por el tutor indicando la hora, la fecha y el tema a tratar.
Los espacios de tutoría sincrónica, son oportunidades que todos los estudiantes tienen para resolver algunas dudas acerca de los temas de la asignatura, por lo que es importante la asistencia de acuerdo con el horario del respectivo del cread, el cual ha sido programado con anterioridad.

Recomendaciones para el estudiante:

Tener presente el calendario establecido por la Universidad, y recuerde que el semestre académico es de 16 semanas. Puede consultarlo en cada CREAD, en la página web de la Universidad o en la página web de la Escuela: http://administrativafesad.wixsite.com/ecae
Utilizar la cuenta de correo electrónico institucional y/o la plataforma virtual para cualquier consulta con el tutor.
Las actividades de aprendizaje se deben enviar al docente asignado como tutor, únicamente a través de la plataforma virtual, completamente terminadas y en las fechas establecidas.
En la metodología de educación Virtual es recomendable aprovechar el encuentro sincrónico para superar dudas y reforzar los conceptos vistos en la plataforma. Se debe tener en cuenta que sí es obligatorio cumplir con la entrega de actividades y presentación de evaluaciones en las fechas establecidas en el calendario.

Respeto a los Derechos de Autor

En todas las actividades académicas se deben respetar los Derechos de Autor citando y referenciando adecuadamente, (Normas APA). Recuerde que copiar total o parcialmente obras o trabajos de otras personas presentándolas como propias sin la debida citación, se considera Plagio. Situación legalmente prohibida y también contemplada en el Reglamento Estudiantil (Acuerdo 097 de 2006), que en el Literal J del Artículo 104 señala que son deberes de los estudiantes, entre otros: "… Respetar los Derechos de Autor", y en el Literal H del Artículo 105 indica que los estudiantes no podrán adoptar las siguientes conductas: "… la falsificación de documentos académicos o administrativos.

EVALUACIÓN

La evaluación tiene como objetivo central, examinar el dominio y comprensión de los contenidos de la asignatura tanto en lo teórico, conceptual, metodológico y bibliográfico.

La evaluación de la asignatura se realizará en dos partes iguales (primer 50%, segundo 50%)

Primer 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas **y la participación en la plataforma** se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas entre la semana 1 hasta semana 8 del calendario académico. Se programarán Talleres, Foros, Evaluaciones virtuales y otras que el docente tutor considere pertinente para lograr los objetivos del curso. Es importante como recurso de apoyo hacer uso de las bases de datos de la Universidad.

Segundo 50%: Mediante la entrega de las actividades propuestas y **la participación en la plataforma** se evaluarán los conocimientos adquiridos en el desarrollo de las unidades comprendidas entre la semana 9 hasta semana 16 del calendario académico. Se programarán Talleres, Foros, Evaluaciones virtuales y otras que el docente tutor considere pertinente para lograr los objetivos del curso.

Habilitaciones: Semana 17

Las evidencias presentadas, deben realizarse cumpliendo con las características generales para el tipo de trabajo solicitado, y estar ajustados a los contenidos indicados por el tutor, guardando principios de presentación y orden. En cada uno de los trabajos presentados, el estudiante debe aportar evidencias auténticas de aprendizaje, respetando la propiedad intelectual de sus compañeros y la de los autores de la documentación empleada como fuente.

La nota final equivalente al 100% será el resultado de promediar los dos 50% (artículo 69 Acuerdo 097 de 2006.), los estudiantes que obtengan menos de dos cero (2.0) no podrán habilitar, (artículo 70 Acuerdo 097 de 2006).

FUENTES DE INFORMACIÓN SUGERIDAS

Bibliográficos:

Armando Vanegas, D., Mauricio Tarazona-Bermúdez, G., & Andrea Rodríguez-Rojas, L. (2020). Mejora de la toma de decisiones en ciclo de ventas del subsistema comercial de servicios en una empresa de IT. Revista Científica, 38(2), 1–14. Recuperado de https://eds-p-ebscohost-com.biblio.uptc.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=60a58611-fdd4-416e-b8d2-e147dbf3f7dc%40redis

Alderete, A. (2023). *Fuerza de ventas: La guía para pymes en Latinoamérica*. *Zoho CRM+ Blog*. Recuperado de https://www.zoho.com/blog/es-xl/crmplus/fuerza-ventas-guia-pymes-latinoamerica.html

ElBlogDeGerman. (2024). *Fuerza de ventas: La clave para impulsar el crecimiento de tu empresa*. Recuperado de https://www.elblogdegerman.com/2024/10/29/fuerza-de-ventas-la-clave-para-impulsar-el-crecimiento-de-tu-empresa/

Escuela Europea de Dirección y Empresa. (2022). *Curso de técnicas de venta*. Recuperado de: https://www.eude.es

Futrell, C. M. (2021). *Venta personal* (14.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Gutiérrez Yepes, A. R., Veloza Gutiérrez, K. D., & Villa Londoño, M. D. (2023). *Bienestar laboral en la fuerza de ventas y su determinación en la competitividad de los colaboradores en una comercializadora de soluciones industriales*. *Accounting and Management Research*. https://doi.org/10.22209/amr.v2a08.2023

Hervás Exojo, A. M. (2021). Dinamización del punto de venta. McGraw-Hill Interamericana.

Hermida, A. Iglesias, I. (2017) Atención Al Cliente en el proceso Comercial. Comunicación en operaciones de compraventa. 1ra Edición.

Jobber, D., & Lancaster, G. (2021). *Venta personal y dirección de ventas* (10.ª ed.). McGraw-Hill.

Manning, G. L., & Reece, B. L. (2020). *Ventas: El proceso de ventas como ventaja competitiva* (12.ª ed.). Cengage Learning.

Miguez Pérez, Mónica. (2021) Técnica de Ventas. Primera Edición, Bogotá D.C. Colombia: Editorial Ediciones de la U.

Moreno Company, R. (2021). Publicidad en internet: técnicas para aumentar las ventas online en tu negocio. Ra-Ma.

Moreno Company, R. (2021). Publicidad en redes sociales: curso práctico, aprende cómo anunciar tu marce con facebook, instagram, you tube y pinterest ads. Ediciones de la U.

Promoción de ventas. (2022). Ediciones Díaz de Santos.

Ventas Inc. (2024). *Análisis FODA de Ventas Inc.* (pp. 1–7). https://www.ejemplo.com/ventasinc-foda

Bases de datos para consulta:

Armando Vanegas, D., Mauricio Tarazona-Bermúdez, G., & Andrea Rodríguez-Rojas, L. (2020). Mejora de la toma de decisiones en ciclo de ventas del subsistema comercial de servicios en una empresa de IT. Revista Científica, 38(2), 1–14. Recuperado de https://biblio.uptc.edu.co:2147/10.14483/23448350.15241

Hunt, C. S., Deitz, G. D., Hansen, J. D. (2023). *Ventas profesionales. Porque todos somos vendedores*. McGraw-Hill Interamericana. https://www-ebooks7-24- com.biblio.uptc.edu.co/?il=29856

Interconsulting Bureau, (2015). *Liderazgo y resolución de conflictos*. Ediciones de la U. https://www- ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=8141

López Hernández, C.E. (2018). *Introducción a la negociación: conceptos básicos*. Pearson Educación. https://www-ebooks7-24-com.biblio.uptc.edu.co/?il=9256

Moreno Company, R. (2023). *Publicidad en Internet*. Ediciones de la U. https://www-ebooks7-24- com.biblio.uptc.edu.co/?il=31969

Vásquez, G. (2019). Las ventas en el contexto gerencial latinoamericano. *Temas de Management*, 16-22. Recuperado de: https://ucema.edu.ar/cimei-base/download/research/59_Vasquez.pdf

DESARROLLO DE UNIDADES

PRIMER 50%

UNIDAD 1: METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS

Tema 1: Metodología del conocimiento de los productos

Presentación del producto

- Relación entre necesidades y producto
- Características técnicas, funcionales y estéticas
- Servicios conexos: entrega, instalación, garantía, servicio postventa y financiación
- Características intangibles: marca, calidad e imagen

Condiciones de utilización y Precio

Características psicológicas y comerciales

- Ciclo de vida del producto

Tema 2: Prospección del mercado

Planificación de la venta

Identificación de clientes en perspectiva

El diálogo de la venta

- La acogida y el contacto con el cliente
- Dominio de la actitud corporal y de la expresión oral
- Búsqueda de necesidades: la escucha activa y la reformulación

Tema 3: Presentación del producto

Tema 4: La Argumentación

Definición y papel en el proceso de venta

Elaboración y Calidad de los Argumentos

Tipos y Formas de Argumentos

UNIDAD 2: LA DEMOSTRACIÓN, TÉCNICAS DE RESPUESTA A OBJECIONES Y CIERRE DE LA VENTA

Tema 1: La demostración

La demostración eficaz

Elementos de la demostración

Tema 2: Las objeciones

Tipos de objeciones y la refutación de objeciones

Técnicas de respuesta a las objeciones

SEGUNDO 50%

Tema 3: Cierre de la venta

Caja y terminal punto de venta: Funcionamiento y características

Los medios de pago

Momentos de cierre, Tipos de cierre y Técnicas

Empaquetado: tipos de productos, clases de empaquetados, importancia y materiales que lo conforman

Tema 4: Servicio postventa

UNIDAD 3: TÉCNICA Y SISTEMA DE VENTA
Tema 1: Técnica y sistema de ventas Las Técnicas más usadas Programas de formación de ventas **Tema 2:** Sistemas de venta Con asistencia, pero sin vendedor / Con asistencia del vendedor / El vendedor profesional **Tema 3:** La venta personal • Etapas de la venta y sistemas de pago • Documentos relacionados con la operación de la compraventa • Gestión de reclamaciones **Tema 4:** Gestión del sector • Producto: calidad, marca, modelo, etiqueta, envase • Precio

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES EVALUABLES					
PRIMER 50%					
No.	**Actividad**	**Unidad Evaluada**	**Forma de entrega**	**Plazo**	**% de Evaluación**
1	Actividad 1	Unidad 1	individual	Semana 4	40%
2	Actividad 2	Unidad 1 y 2	Grupal	Semana 7	40%
3	Prueba integral primer 50%	Unidad 1 y 2	Individual	Semana 7	20%
SEGUNDO 50%					
4	Actividad 3	Unidad 2	individual	Semana 11	40%
5	Actividad 4	Unidad 2 y 3	Grupal	Semana 13	40%
6	Prueba integral segundo 50%	Unidad 1-2-3	Individual	Semana 15	20%
Habilitación		Unidad 1-2-3	Individual	Semana 17	100%

UNIDAD 1			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Diseñar el portafolio de productos y servicios acorde a la naturaleza de la organización.	Propongo al cliente el portafolio de productos y servicios de acuerdo con la política interna y normatividad vigente.	Trabajos escritos, talleres, presentaciones, según indicaciones que el docente y en plataforma se impartan.	Documentos donde se registra el cumplimiento de lo solicitado. • Documento con Simulación de una venta • Organizador gráfico
UNIDAD 2			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Identificar las técnicas de demostración, respuestas a objeciones y cierres de	Aplico técnicas de demostración, resolución a objeciones y cierres de la venta, según el tipo de	Trabajos escritos, talleres, presentaciones, según indicaciones que el docente y en	Documentos donde se registra el cumplimiento de lo solicitado.

la venta.	establecimiento de comercio.	plataforma se impartan.	• Documento con Simulación de procesos de Ventas. (estudio de caso)
UNIDAD 3			
COMPETENCIA	**RESULTADO DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDAD**	**EVIDENCIA**
Conocer las técnicas y sistemas de ventas utilizados por las organizaciones en la comercialización de sus bienes y servicios.	Formulo estrategias de comercialización de bienes y servicios de acuerdo con las técnicas y sistemas de ventas.	Trabajos escritos, talleres, presentaciones, según indicaciones que el docente y en plataforma se impartan.	Documentos donde se registra el cumplimiento de lo solicitado • Documento con Simulación de técnicas y tipos de cierre de ventas. (estudio de caso) • Documento con Simulación etapas de ventas (estudio de caso)

Observaciones
El uso del material multimedia dispuesto en la Plataforma Virtual es obligatorio, y totalmente necesario para realizar las actividades de aprendizaje de cada tema. Allí se dispondrá material de apoyo para consulta del estudiante y se propondrán actividades de aprendizaje colaborativo. Una vez ingresadas las calificaciones al sistema, el estudiante tiene tres días para hacer cualquier reclamación; superado este tiempo se asumirá la conformidad por parte del estudiante (Artículo 73 Acuerdo 097 de 2006).

Autor(es) de la Guía:	**GLORIA VARGAS SORACÁ** Administradora de Empresas (Universidad de Boyacá) Especialista en Gestión para el Desarrollo Empresarial (Universidad Santo Tomás) Magister (c)en Dirección Estratégica y Marketing (FUNIBER)

Revisor de la Guía	**GLORIA VARGAS SORACÁ** Administradora de Empresas (Universidad de Boyacá) Especialista en Gestión para el Desarrollo Empresarial (Universidad Santo Tomás) Magister (c)en Dirección Estratégica y Marketing (FUNIBER)

Director de Escuela	**JOSÉ IRENARCO PEDRAZA SUAREZ** Director Escuela de Ciencias Administrativas y Económicas