



SISTEMA EDUCATIVO ESTATAL



COLEGIO DE
BACHILLERES
DEL ESTADO DE
BAJA CALIFORNIA
MR.



GOBIERNO
FEDERAL

SEP

RIEMS

Reforma Integral de la
Educación Media Superior

Capacitación: Planeación y Administración de Pequeños Negocios



COLEGIO DE BACHILLERES DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA
DEPARTAMENTO DE ACTIVIDADES EDUCATIVAS

PROGRAMA DE ESTUDIOS

Capacitación:	<i>Planeación y Administración de Pequeños Negocios.</i>
Datos de la(s) NCL en la(s) que se sustenta:	<i>Planear y Administrar Pequeños Negocios.</i>
Carga horaria por semestre:	448
Carga crediticia:	56
Fecha de actualización:	<i>Agosto de 2012.</i>

PROGRAMA VALIDADO POR LA DGB

CONTENIDO

1. Descripción de la capacitación

- 1.1 Justificación de la capacitación.
- 1.2 Mapa de la capacitación.
- 1.3 Competencias profesionales de egreso.

2. Módulos que integran la capacitación

- 2.1 Módulo I.- Estructura Técnica y Mercadológica.
- 2.2 Módulo II.- Estructura Financiera y Jurídica.
- 2.3 Modulo III.- Manejo de Recursos, Registro y Cobro de Mercancías.
- 2.4 Modulo IV.- Comercialización y Servicio al Cliente.

PRESENTACIÓN

A partir del Ciclo Escolar 2009-2010 la Dirección General del Bachillerato, incorporó en su plan de estudios los principios básicos de la Reforma Integral de la Educación Media Superior, cuyo propósito es fortalecer y consolidar la identidad de este nivel educativo en todas sus modalidades y subsistemas; proporcionar una educación pertinente y relevante al estudiante que le permita establecer una relación entre la escuela y su entorno; y facilitar el tránsito académico de los estudiantes entre los subsistemas y las escuelas.

Para el logro de las finalidades anteriores, uno de los ejes principales de la Reforma, es la definición de un Marco Curricular Común, que compartirán todas las instituciones de bachillerato, basado en desempeños terminales, el enfoque educativo basado en el desarrollo de competencias, la flexibilidad y los componentes comunes del currículum.

Es por ello, que en Colegio de Bachilleres se ha dado lugar a la actualización de las capacitaciones que se ofrecen buscando satisfacer parte de una demanda de recursos humanos que puedan contribuir a elevar la productividad y la competitividad de los sectores productivo y de servicios. Para hacer esto posible la Institución adoptó el enfoque de diseño basado en Normas de Competencia Laboral, propuesto en la Reforma Curricular a nivel nacional, desde el período 2003.

El atender a este enfoque, permitió asegurar la correspondencia entre la formación adquirida por el estudiante y los desempeños reales que el campo laboral requería, además de brindar la posibilidad de certificar las competencias logradas, a través de un proceso externo de evaluación.

Como parte del proceso de actualización continua, los módulos que integran la capacitación, contemplan su justificación para ser considerados como salidas laterales reconocidas en el mundo laboral, los referentes normativos seleccionados para su elaboración, los sitios de inserción en el mercado de trabajo para la integración del egresado, el aprendizaje en términos de resultados, las competencias a desarrollar en cada submódulo, los recursos didácticos que apoyarán el aprendizaje, su estrategia y su evaluación, así como las fuentes de información.

El presente documento corresponde a la capacitación “Planeación y Administración de Pequeños Negocios” que ofrece en su Plan de Estudios 2009 correspondiente a la RIEMS, el Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, mismo que está basado en la Norma de Competencia Laboral elaborada bajo la metodología de la tercera generación del CONOCER.

PRESENTACIÓN

Al ajustar sus componentes en varias posibilidades de desarrollo, estas modificaciones a los programas de estudio apoyan el logro de una estructura curricular flexible en las capacitaciones para el trabajo ofrecidas por el Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, permitiendo a los estudiantes, tutores y comunidad educativa, participar en la toma de decisiones sobre la formación elegida por el estudiante.

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA CAPACITACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación de Planeación y Administración de Pequeños Negocios, ofrece al educando una formación basada en competencias que le permite iniciarse en diversos aspectos del ámbito laboral, fomentando una actitud positiva hacia el trabajo y, en su caso, su integración al sector productivo.

La Capacitación se encuentra dentro del **Componente de Formación para el Trabajo** el cual tiene como finalidad preparar al estudiante para desarrollar procesos de trabajo específicos, por medio de procedimientos, técnicas e instrumentos, además de generar actitudes de valoración y responsabilidad ante esta actividad, lo que le permitirá interactuar en forma útil con su entorno social y laboral.

La estructura curricular de la capacitación de Planeación y Administración de Pequeños Negocios es pertinente y flexible ya que se **fundamenta en el Enfoque de Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL)**, las cuales constituyen un referente sobre los desempeños que se requieren en el ámbito laboral y permiten orientar la formación hacia el logro de los mismos.

Siendo el sector de pequeños negocios el más importante en nuestro país desde el punto de vista de número de unidades económicas que lo integran y en cuanto a la generación de empleos, esta capacitación encuentra su justificación en el desarrollo de competencias que les permitirán a los jóvenes egresados elevar sus niveles de competencia para realizar las funciones de planeación y administración de pequeños negocios, desde la realización de un estudio de mercado, hasta la publicidad y promoción del negocio. Específicamente les permite desarrollar competencias para realizar planes de negocios propios o para terceras personas, así como desempeñarse en el sector productivo en lo referente a la administración de pequeños negocios de tipo industrial, comercial o de servicios, ya sea en la integración de personal, control de efectivo e inventarios, compra-venta, publicidad y servicio al cliente.

1.2 MAPA DE LA CAPACITACIÓN

El mapa de la capacitación está compuesto por módulos y submódulos, los cuales se dividen de la siguiente manera:

3ER. SEMESTRE	4TO. SEMESTRE	5TO. SEMESTRE	6TO. SEMESTRE
MÓDULOS			
Estructura Técnica y Mercadológica. (112 hrs.)	Estructura Financiera y Jurídica. (112 hrs.)	Manejo de Recursos, Registro y Cobro de Mercancías. (112 hrs.)	Comercialización y Servicio al Cliente. (112 hrs.)
SUBMÓDULOS			
Investigación de mercado. (35 hrs.)	Presupuestos. (35 hrs.)	Estructura organizacional. (14 hrs.)	Técnicas de ventas. (21 hrs.)
Plan de introducción al mercado. (35 hrs.)	Estudio financiero. (42 hrs.)	Integración de personal. (28 hrs.)	Publicidad y promoción. (35 hrs.)
Plan de producción. (42 hrs.)	Figura jurídica, trámites, permisos y licencias. (35 hrs.)	Control de inventarios. (14 hrs.)	Estrategias de compras. (14 hrs.)
		Preparar el área de registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos. (21 hrs.)	Preparar los productos y mercancías para la venta. (21 hrs.)
		Operar el sistema para el registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos. (35 hrs.)	Atender al cliente para la venta de productos, mercancías y servicios. (21 hrs.)

1.3 COMPETENCIAS PROFESIONALES DE EGRESO

Durante el proceso de formación de los cuatro módulos, el estudiante desarrollará las siguientes competencias profesionales, correspondientes a la Capacitación de Planeación y Administración de Pequeños Negocios.

- Analizar e interpretar información sobre actividades de mercadotecnia y producción.
- Realizar estimaciones a futuro con base en información numérica.
- Formular juicios críticos en el proceso de toma de decisiones.
- Analizar y clasificar información proveniente de fuentes internas y externas.
- Aplicar técnicas mercadológicas para facilitar las tareas y lograr los objetivos planteados.
- Crear e innovar formas de trabajo que faciliten las tareas diarias.
- Desarrollar procedimientos y estrategias encaminadas al cumplimiento de las metas y objetivos de la organización o grupo social.
- Dirección de recursos humanos con base en el respeto y dignidad.
- Comunicación formal e informal en sus diferentes modalidades.
- Manejo de los recursos materiales y económicos en forma eficiente y eficaz.

Además se presentan las 11 competencias genéricas, para que usted intervenga en su desarrollo o reforzamiento, y con ello enriquezca el perfil de egreso del bachiller. Se considera que el egresado de la capacitación en planeación y administración de pequeños negocios está en posibilidades de desarrollar las competencias genéricas número uno, cuatro, cinco, seis y ocho. Sin embargo, se deja abierta la posibilidad de que usted contribuya a la adquisición de otras que considere pertinentes, de acuerdo con el contexto regional, laboral y académico:

1. Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.
2. Es sensible al arte y participa en la apreciación e interpretación de sus expresiones en distintos géneros.
3. Elige y practica estilos de vida saludables.
4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
6. Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.
7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.
8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
9. Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.
10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.
11. Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.

Es importante recordar que, en este modelo educativo, el egresado de la Educación Media Superior desarrolla las competencias genéricas a partir de la contribución de las competencias profesionales al componente de formación profesional, y no en forma aislada e individual, sino a través de una propuesta de formación integral, en un marco de diversidad.

Al terminar y acreditar los dieciséis submódulos y las asignaturas del Bachillerato General, el alumno recibirá un certificado que acredita los estudios realizados en el nivel de Educación Media Superior.

2. MÓDULOS QUE INTEGRAN LA CAPACITACIÓN

2.1 Módulo I: Estructura Técnica y Mercadológica

Tercer Semestre 112 hrs.

Justificación del módulo:

Las empresas y pequeños negocios requieren disminuir los niveles de incertidumbre y riesgo desde su misma creación así como en la implementación de cualquier proyecto que inicien, por lo que es necesario contar con personal cuyas competencias permitan manejar herramientas administrativas para llevar a cabo el proceso administrativo con visión emprendedora, parte de esto conlleva la elaboración de estudios de mercado, la elaboración y puesta en marcha de efectivos planes de introducción al mercado así como la determinación subsecuente formulación de las especificaciones técnicas del negocio o proyecto. Esta actitud emprendedora debe acompañarse de otras actitudes como la iniciativa, el compromiso, la visión, la creatividad y la adaptación proactiva, en la gestación y desarrollo de proyectos sustentados en la investigación y acompañados de creatividad, responsabilidad, orden y limpieza en su formulación.

Referentes normativos de elaboración del módulo:

NIE: CBBNTPA3G.00A Planeación y Administración de Pequeños Negocios.

Sitios de inserción en el mercado de trabajo de este módulo:

- Áreas de mercadotecnia, producción, contabilidad y ventas.
- Empresas industriales, comerciales y de servicios
- Autoempleo y desarrollo de nuevos negocios.

Resultados de aprendizaje del módulo:

Realizar la estructura técnica y mercadológica de un plan de negocios que incluya la elaboración de una investigación de mercado, el diseño y puesta en marcha de un efectivo plan de introducción al mercado así como la subsecuente formulación de las especificaciones técnicas del negocio o proyecto con una visión emprendedora.

MÓDULO I

Submódulo I: Investigación de Mercado 35 hrs.**Contenido:**

- Llevar a cabo el proceso de gestación de ideas sobre productos o servicios a implementar.
- Evaluar y seleccionar el producto o servicio a desarrollar con base en criterios de decisión definidos.
- Justificar el producto o servicio seleccionado con base en la necesidad que satisface o problema que resuelve.
- Identificar los principales riesgos y oportunidades que se presentan en el entorno presente y futuro a partir del análisis de la industria o sector relacionado con el producto o servicio seleccionado.
- Realizar una investigación de mercado que le permita conocer las características, necesidades, gustos, hábitos de consumo y posibilidad económica de los clientes potenciales.

Submódulo II: Plan de Introducción al Mercado 35 hrs.**Contenido:**

- Formular la misión y visión del negocio.
- Describir en forma detallada y explícita el producto o servicio seleccionado, considerando los resultados de la investigación de mercado aplicada en lo que se refiere a empaque, etiqueta, envase, presentación y marca.
- Analizar las ventajas y desventajas de los principales competidores identificados y compararlas con las propias en cuanto a precios, servicio, publicidad, ubicación y calidad del producto.
- Diseñar el plan de introducción al mercado, contemplando el segmento de mercado a cubrir, el consumo aparente, la forma de distribución y puntos de venta, las estrategias de publicidad y promoción iniciales, así como el precio inicial estimado.
- Determinar la ubicación del negocio considerando los recursos disponibles del interesado, la distancia al cliente y proveedores, y las limitaciones legales inherentes a su naturaleza.
- Formular las especificaciones del producto o servicio en cuanto a su calidad, presentación, costos de fabricación y temporalidad.

Submódulo III: Plan de Producción**42 hrs.****Contenido:**

- Elaborar el presupuesto de producción con base en el presupuesto de ventas o el consumo esperado del producto.
- Describir el proceso de producción tomando en cuenta la naturaleza del negocio y los medios de producción que se van a incorporar.
- Elaborar el diagrama de flujo del proceso de producción o prestación del servicio.
- Determinar las características de los bienes de capital necesarios de acuerdo a los objetivos técnicos del negocio.
- Identificar las fuentes de materia prima y proveedores que cubran las necesidades del negocio en tiempo y disponibilidad.
- Formular las especificaciones de personal considerando la naturaleza y tamaño del negocio.
- Diseñar la distribución de la planta y oficinas atendiendo a las características del proceso de producción o prestación del servicio, garantizando la mayor eficiencia posible.
- Considerar los costos variables y los costos fijos en que se incurrirá, las políticas de precio y los porcentajes de ganancias deseados al fijar los precios del producto o servicio en los diferentes canales de distribución y en el precio al consumidor.

MÓDULO I

Recursos didácticos del módulo:

Los documentos, equipo y materiales seleccionados son los mínimos necesarios para apoyar el desarrollo de las competencias del módulo:

- Documentos normativos internos: guía de aprendizaje, formatos preestablecidos.
- Documentos informativos: bibliografía, problemario, revistas, calculadora, sección amarilla, reportes de visitas, diccionario, bitácora y periódicos.
- Equipo y material didáctico: pizarrón, marcadores, computadora personal, cañón para presentaciones electrónicas, proyectores de acetatos, reproductores de videos, material fílmico, videos, internet, producto cualquiera con etiqueta, envase y empaque.

Estrategia de evaluación del aprendizaje del módulo:

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral, mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño (dos en este módulo) con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos producidos, reportes, bitácoras, listas de cotejo, entre otros (17 en este módulo).

FUENTES DE INFORMACIÓN:

- 1.- **ALCARAZ** Rodríguez, Rafael. *El emprendedor de éxito*, Editorial Mc Graw Hill, 2da. Edición, México 2001.
- 2.- **LONGENECKER** Justin, G., W. Moore Carlos. *Administración de pequeñas empresas*, Editorial Internacional Thomson, 11va. Edición, México 2001.
- 3.- **RODRÍGUEZ** Valencia, Joaquín. *Administración de pequeñas y medianas empresas*, Editorial Internacional Thomson, 5ta. Edición, México 2002.

2.2 Módulo 2: Estructura Financiera y Jurídica

Cuarto Semestre 112 hrs.

Justificación del módulo:

Las empresas y pequeños negocios requieren disminuir los niveles de incertidumbre y riesgo desde su misma creación así como en la implementación de cualquier proyecto que inicien, por lo que es necesario contar con personal cuyas competencias permitan manejar herramientas administrativas para llevar a cabo el proceso administrativo con visión emprendedora, parte de esto conlleva la elaboración de estudios financieros que determinen las necesidades de recursos financieros, su origen y uso futuro a través de la formulación de diversos presupuestos y estados financieros proyectados. De igual manera se requiere de personas competentes que posean las habilidades necesarias para seleccionar la figura jurídica óptima que adoptará la empresa y la realización de todos aquellos trámites así como la gestión de permisos y licencias requeridas por el negocio para su operación dentro de un marco de legalidad. Esta actitud emprendedora debe acompañarse de otras actitudes como la iniciativa, el compromiso, la visión, la creatividad y la adaptación proactiva.

Referentes normativos de elaboración del módulo:

NIE: CBBNTPA3G.00A Planeación y Administración de Pequeños Negocios

Sitios de inserción en el mercado de trabajo de este módulo:

- Áreas de finanzas y contabilidad.
- Empresas comerciales y de servicios en educación, turismo, asesorías, de salud, de comunicación y financieras.
- Autoempleo y asesoría a emprendedores.

Resultados de aprendizaje del módulo:

Realizar la estructura financiera y jurídica de un plan de negocios con el fin de determinar las necesidades de recursos financieros, su origen uso futuro a través de la formulación de diversos presupuestos y estados financieros proyectados; así como seleccionar la figura jurídica óptima que adoptará la empresa y la realización de todos aquellos trámites necesarios como la gestión de permisos y licencias requeridas por el negocio para su operación dentro de un marco de legalidad.

MÓDULO II

Submódulo I: Presupuestos**35 hrs.****Contenido:**

- Calcular el monto del Capital Inicial con que se cuenta.
- Formular el presupuesto de Bienes de Capital, de acuerdo a las necesidades de un negocio.
- Formular el presupuesto de Capital de Trabajo Inicial necesario, tomando en cuenta la cantidad y costo de insumos requeridos para cumplir con los objetivos de producción.
- Elaborar el presupuesto de Gastos de Operación, con base en la cantidad y costo de bienes y servicios, y en los objetivos y estrategias de un negocio.
- Elaborar el presupuesto de Inversiones con base en el presupuesto de Bienes de Capital, el presupuesto del Capital de Trabajo Inicial y el presupuesto de Gastos de Operación.
- Determinar la Mezcla de Recursos para el funcionamiento y operación de un negocio, tomando en cuenta las necesidades de inversión y el Capital Inicial con que se cuenta.
- Formular el presupuesto de Ingresos por Ventas, con base en los volúmenes de ventas y los precios de venta.

Submódulo II: Estudio financiero**42 hrs.****Contenido:**

- Identificar las Fuentes de Financiamiento, para obtener recursos adicionales.
- Evaluar las ventajas y desventajas de las distintas Fuentes de Financiamiento.
- Elaborar los Estados Financieros Proyectados observando la metodología establecida y sobre la base de estimaciones adecuadas.
- Realizar el cálculo de los principales indicadores financieros de acuerdo a la metodología y fórmulas financieras.

Submódulo III: Figura jurídica, trámites, permisos y licencias 35 hrs.**Contenido:**

- Identificar las características de las principales figuras jurídicas que puede adoptar un pequeño negocio.
- Seleccionar la figura jurídica para un negocio, tomando en cuenta la naturaleza del negocio, sus características operativas, las necesidades y preferencias del interesado.
- Cumplir con el procedimiento establecido, ya sea para personas físicas o morales, para realizar el trámite de inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Cumplir con el procedimiento establecido, ya sea para personas físicas o morales, para realizar el trámite de inscripción ante el I.M.S.S., el INFONAVIT y el Sistema de Ahorro para el Retiro.
- Seleccionar la estrategia determinada para la gestión de licencias, concesiones, permisos, registros, y autorizaciones, de acuerdo con los requerimientos y con la naturaleza del negocio.

Recursos didácticos del módulo:

Los documentos, equipo y materiales seleccionados son los mínimos necesarios para apoyar el desarrollo de las competencias del módulo:

- Documentos normativos internos: guía de aprendizaje, formatos preestablecidos.
- Documentos informativos: bibliografía, problemario, calculadora, sección amarilla, reportes de visitas, lista de conceptos, lista de gastos, lista de elementos.
- Equipo y material didáctico: pizarrón, marcadores, computadora personal, cañón para presentaciones electrónicas, proyectoras de acetatos, reproductoras de videos, material fílmico, videos, internet, software de contabilidad.

Estrategia de evaluación del aprendizaje del módulo:

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral, mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Y las evidencias de conocimiento, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otros. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras, que arrojen las evidencias y la confirmación del portafolio de evidencias.

FUENTES DE INFORMACIÓN:

- 1.- **ALCARAZ** Rodríguez, Rafael, *El emprendedor de éxito*, Editorial Mc Graw Hill, 2da. edición, México 2001.
- 2.- **LONGENECKER** Justin, G; **MOORE**, Carlos, *Administración de pequeñas empresas*, Editorial Internacional Thomson, 11va. edición, México 2001.
- 3.- **RODRÍGUEZ** Valencia, Joaquín, *Administración de pequeñas y medianas empresas*, Editorial Internacional Thomson, 5ta. edición, México 2002.
- 4.- **RAMÍREZ** Padilla, David Noel, *Contabilidad administrativa*, Editorial Mc Graw Hill, 6ta. edición, México, 2002.

2.3 Módulo3: Manejo de Recursos, Registro y Cobro de Mercancías Quinto Semestre 112 hrs.**Justificación del módulo:**

Las empresas y pequeños negocios requieren utilizar sus recursos de manera eficiente para alcanzar sus objetivos. En la medida en que se optimice el uso de los recursos humanos, materiales y financieros la empresa será más competitiva y productiva. Lograr lo anterior requiere de personas competentes que posean la habilidad para asignar funciones y responsabilidades, para el manejo de personal, el control de inventarios. De suma importancia también es el contar con personal competente para llevar a cabo el registro y cobro de los productos y mercancías con una actitud de servicio, con cortesía y proactividad siempre procurando la completa satisfacción del cliente.

Referentes normativos de elaboración del módulo:

NUCOM005.01 Título: Registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos.

NIE: CBBCNTPA3G.00A Planeación y Administración de Pequeños Negocios.

Sitios de inserción en el mercado de trabajo de este módulo:

- Áreas de mercadotecnia, atención al cliente, contabilidad y ventas.
- Empresas industriales, comerciales y de servicios
- Autoempleo y desarrollo de nuevos negocios.

MÓDULO III

Resultados de aprendizaje del módulo:

Llevar a cabo el manejo de recursos de un negocio, asignar funciones y responsabilidades al personal, efectuar el control de inventarios así como hacer el registro y cobro de los productos y mercancías con una actitud de servicio, con cortesía y proactividad siempre procurando la completa satisfacción del cliente en el punto de venta.

Submódulo I: Estructura Organizacional**14 hrs.****Contenido:**

- Identificar los elementos y conceptos básicos de administración.
- Elaborar un manual de organización determinando el tipo de estructura más adecuada para un negocio de acuerdo a sus características operativas y las necesidades y preferencias del interesado; determinando las actividades del personal de acuerdo a la naturaleza de las funciones que se requieren desempeñar en el negocio y estableciendo por escrito los elementos de identificación, la descripción de actividades y las especificaciones que se deben cumplir para desempeñar cada uno de los puestos de un negocio.
- Formular las políticas y procedimientos esenciales para el desempeño de las funciones del personal.

Submódulo II: Integración de Personal**28 hrs.****Contenido:**

- Diseñar y promover la información relativa a una vacante con base en las fuentes y medios de reclutamiento seleccionados.
- Contactar y pre-seleccionar a los posibles candidatos de acuerdo a los requerimientos y costumbres del negocio, así como de la localidad.
- Verificar la información proporcionada por los candidatos en la solicitud de empleo y currículum vitae.
- Aplicar correctamente los instrumentos de evaluación a los candidatos a ocupar una vacante.
- Interpretar los resultados de los instrumentos de evaluación aplicados con base en los requerimientos del puesto.
- Informar sobre los resultados del proceso de evaluación a los candidatos que cubren los requisitos y a aquellos que no, de acuerdo al procedimiento establecido.
- Solicitar al nuevo colaborador la documentación necesaria de acuerdo a las políticas y procedimientos del negocio y al marco legal vigente.

MÓDULO III

- Señalar claramente al nuevo colaborador las condiciones de trabajo, sueldo, prestaciones, y en su caso beneficios y compensaciones, de acuerdo a las políticas del negocio.
- Determinar el objeto del contrato a firmar por el nuevo colaborador de acuerdo a los requerimientos del negocio.
- Entregar al nuevo colaborador un original del contrato de acuerdo a las políticas y procedimientos del negocio.
- Realizar el programa de inducción de acuerdo a las políticas y procedimientos del negocio.
- Proporcionar información al nuevo colaborador sobre las políticas, filosofía, valores y procedimientos administrativos del negocio.
- Proporcionar la capacitación y el entrenamiento al nuevo colaborador, de acuerdo a las necesidades detectadas.
- Estimular y recompensar el desempeño eficiente de acuerdo a las políticas y procedimientos del negocio.

Submódulo III: Control de Inventarios

14 hrs.

Contenido:

- Identificar los artículos que presentan alto riesgo de robo y tomar las acciones indicadas para evitarlo.
- Llevar a cabo un control estricto sobre los materiales, para evitar robos y mal uso de los mismos.
- Detectar faltantes o robos a través de los formatos de control de los productos.
- Resguardar los artículos y sustancias peligrosas correctamente en el área designada.
- Acomodar la mercancía en las zonas designadas de acuerdo con sus características y especificaciones respetando los espacios y el orden de entrada y salida.
- Utilizar técnicas de manejo y embalaje adecuadas para proteger la calidad y la integridad de la mercancía.
- Fijar el punto de reorden tomando en cuenta el consumo estimado, el tiempo para colocar la orden de compra, el tiempo de entrega del proveedor y el margen de seguridad establecido.
- Comparar el registro de control de caducidades contra los productos, evitando pérdidas al negocio al hacer devoluciones oportunamente.

Submódulo IV: Preparar el área de registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos 21 hrs.**Contenido:**

- Verificar el funcionamiento de los equipos de registro y cobro.
- Corroborar el total de efectivo asignado por el establecimiento.
- El área de registro y cobro preparada.
- Los insumos verificados para el registro y cobro de productos, mercancías y servicios.

La persona es competente cuando posee los siguientes:**CONOCIMIENTOS:**

- Acciones a realizar cuando se identifican anomalías en el funcionamiento de los equipos de registro y cobro.
- Acciones a realizar cuando se identifican diferencias en el total de efectivo asignado.

NIVEL:

Conocimiento.

Submódulo V: Operar el sistema para el registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos 35 hrs.**Contenido:**

- Atender al cliente en el área de registro y cobro.
- Verificar los productos y mercancías que presenta el cliente para su cobro.
- Registrar el código de barras de productos y mercancías que presenta el cliente para su cobro.
- Registrar los servicios que presenta el cliente para su cobro.
- Obtener el total de la compra del cliente.
- Cobrar al cliente el monto de los productos, mercancías y servicios adquiridos.
- Resguardar los valores.
- Despedir al cliente.
- Entregar el reporte de productos faltantes.
- Entregar el corte de caja.

MÓDULO III

- Conocer los parámetros que se consideran para el índice de productividad del registro de productos y mercancías.
- Identificar los elementos de seguridad de las distintas formas de pago.
- Conocer las acciones a realizar en caso de olvido de valores por parte del cliente en el área de registro y cobro.
- Conocer los criterios para determinar una cancelación de productos y mercancías en el sistema.
- Saber cuando solicitar un corte de caja parcial y el procedimiento para realizarlo.
- Conocer el procedimiento para realizar un arqueo.
- Conocer la clasificación de productos y mercancías para empacarlos de acuerdo a sus características.
- Conocer el procedimiento para verificar productos y mercancías. en el sistema de registro y cobro en casos específicos.

Recursos didácticos del módulo:

Los documentos, equipo y materiales seleccionados son los mínimos necesarios para apoyar el desarrollo de las competencias del módulo:

- Documentos normativos internos: Análisis de puestos, manual de organización.
- Documentos informativos: guías de aprendizaje, Ley Federal del Trabajo, revistas y periódicos.
- Equipo y material didáctico: pizarrón, marcadores, láminas de rotafolio, computadora personal, cañón para presentaciones electrónicas, proyectoras de acetatos, pantalla, reguladores no break, reproductoras de videos, material fílmico y videos.
- Material: Efectivo, vales, tarjetas bancarias y cheques.
- Equipos de registro y cobro.

Estrategia de evaluación del aprendizaje del módulo:

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral, mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos producidos, reportes, bitácoras, listas de cotejo, entre otros. Y las evidencias de conocimiento, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otros. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras, que arrojen las evidencias y la conformación del portafolio de evidencias.

MÓDULO III

FUENTES DE INFORMACIÓN.

BÁSICA:

- 1.- **QUIROGA** Leos, Gustavo, *Organización y Métodos en la Administración Pública*, Editorial Trillas. México, 1999.
- 2.- **GALINDO** Munich; **GARCÍA** Martínez, *Fundamentos de Administración*, Editorial Trillas. México, 2000.

COMPLEMENTARIA:

- 1.- **ARIAS** Galicia, Fernando, *Administración de Recursos Humanos*, Editorial Trillas. México, 1978.
- 2.- **WERTHER**, William B. Jr / **DAVIS**, Keith, *Administración de Personal y Recursos Humanos*, tercera edición, Editorial Mc. Graw Hill. México, 1994.
- 3.- **CHIAVENATO**, Idalberto, Editorial Mc. Graw Hill. México, 1994. *Administración de Recursos Humanos*, segunda edición, Editorial Mc. Graw Hill. México, 1996.

OTROS RECURSOS:

- 1.- Software contable ContPAQi, Punto de venta monousuario.
- 2.- Kit Punto de Venta, Lector de código de barras, Miniprinter, Cajón de dinero.
- 3.- Kit Ec Line para Punto de Venta, Impresora, Cajón y lector.

2.4 Módulo IV: Comercialización y Servicio al Cliente**Sexto semestre 112 hrs.****Justificación del módulo:**

Las empresas y pequeños negocios requieren de personal competente que diseñe campañas de publicidad y promoción eficaces que den a conocer sus productos y servicios. Que apliquen técnicas de venta y de cierre, que culminen el proceso de transacción. Además una vez atraídos los clientes que el personal de la empresa sepa atender al cliente de manera adecuada y brindarle un servicio esmerado que garantice la satisfacción del mismo y así despertar su lealtad para que los objetivos propuestos se logren cada vez.

Referentes normativos de elaboración del módulo:

NUCOM003.01 Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada en piso.

NIE: CBBCNTPA3G.00A Planeación y Administración de Pequeños Negocios.

Sitios de inserción en el mercado de trabajo de este módulo:

- Áreas de mercadotecnia, publicidad, y ventas.
- Servicio al cliente.
- Empresas industriales, comerciales y de servicios.
- Autoempleo y desarrollo de nuevos negocios.

Resultados de aprendizaje del módulo:

Desarrollar estrategias de comercialización para un negocio mediante el diseño de campañas de publicidad y promoción eficaces que den a conocer sus productos, mercancías y servicios incluyendo la aplicación de técnicas de venta y de cierre que culminen el proceso de transacción. Así mismo una vez atraídos los clientes sepa atenderlos de manera adecuada y brindarles un servicio esmerado que garantice la satisfacción del mismo sin descuidar las medidas de seguridad y protección de los recursos del negocio.

MÓDULO IV

Submódulo I: Técnicas de Ventas**21 hrs.****Contenido:**

- Fijar los objetivos del área de ventas para el corto, mediano y largo plazo con precisión.
- Realizar el presupuesto de ventas con base en la información de ventas de periodos anteriores, estacionalidad, frecuencia y volumen de venta de los productos.
- Utilizar técnicas de cierre adecuadas para consumir exitosamente el proceso de venta.
- Elaborar programas de capacitación de vendedores ajustándose a los recursos disponibles, necesidades de capacitación detectadas, especificaciones del producto y características de los clientes reales y potenciales.
- Registrar las operaciones de servicio y venta en los formatos administrativos correspondientes, observando el procedimiento del sistema de registro.
- Comparar las ventas presupuestadas de un periodo con los registros de ventas, identificando las desviaciones y tomando en su caso medidas correctivas.

Submódulo II: Publicidad y Promoción**35 hrs.****Contenido:**

- Conocer los puntos fuertes y débiles de los productos o servicios del negocio.
- Fijar claramente los objetivos que desea alcanzar con las acciones publicitarias y promocionales.
- Instrumentar las acciones publicitarias de acuerdo a sus necesidades, posibilidades y las características del mercado.
- Incitar a los posibles clientes a buscar y comprar el producto o servicio a través del anuncio publicitario mediante la incorporación en el mensaje de las características, atributos y ventajas del producto o servicio.
- Tener conocimiento acerca de los diferentes medios publicitarios que puede utilizar, seleccionando aquél, que garantice que el mensaje llegue al mayor número de clientes potenciales.
- Diseñar una campaña publicitaria para un producto o servicio y llevarla a cabo mediante la organización y ejecución de un evento promocional tomando en cuenta los objetivos planteados, las características del mercado y los recursos disponibles.

Submódulo III: Estrategias de compras

14 hrs.

Contenido:

- Seleccionar productos nuevos para su compra con base en monitoreos del mercado.
- Elaborar los presupuestos de compras considerando el punto de reorden, los máximos y mínimos y el espacio del almacén.
- Comparar la calidad de los productos a adquirir con el precio de los mismos.
- Solicitar, evaluar y comparar cotizaciones de proveedores.
- Seleccionar los proveedores que ofrezcan los productos requeridos considerando los factores de precio, el servicio y la calidad.
- Elaborar correctamente las órdenes de compra estableciendo con precisión las especificaciones del producto solicitado y las condiciones pactadas.

Submódulo IV: Preparar los productos y mercancías para la venta

21 hrs.

Contenido:

- Disponer del material y equipo de trabajo para la venta.
- Verificar el funcionamiento de los puntos de seguridad para los productos y mercancías.
- Verificar la disponibilidad del área de exhibición.
- Verificar la existencia y surtido de los productos y mercancías.
- Reportar anomalías en su departamento.
- Los productos y mercancías verificados.
- Los puntos de seguridad verificados de los productos y mercancías.
- El mobiliario verificado.
- El departamento verificado.
- Los precios de ofertas, promociones y rebajas de los productos y mercancías verificados.

Submódulo V: Atender al cliente para la venta de productos, mercancías y servicios.**21hrs.****Contenido:**

- Abordar al cliente para la venta de productos, mercancías y servicios.
- Asistir al cliente para la venta de productos, mercancías y servicios.
- Ofrecer productos y mercancías sustitutas al cliente para su venta.
- Informar al cliente sobre ofertas, promociones, productos nuevos de su departamento y servicios adicionales.
- Explicar al cliente las condiciones para realizar devoluciones, cancelaciones, cambios físicos y garantías de los productos, mercancías y servicios comprados.
- Realizar el cierre de la venta.

Recursos didácticos del módulo:

Los documentos, equipo y materiales seleccionados son los mínimos necesarios para apoyar el desarrollo de las competencias del módulo:

- Documentos normativos internos: Guía de aprendizaje, formatos preestablecidos.
- Documentos informativos: Diccionario, bibliografía, revistas y periódicos.
- Equipo y material didáctico: pizarrón, marcadores, láminas de rotafolio, computadora personal, cañón para presentaciones electrónicas, proyectoras de acetatos, pantalla, reguladores no break, reproductoras de videos, material fílmico y videos.
- Equipo: Consumibles, mobiliario, puntos de seguridad, verificador de precios.

Estrategia de evaluación del aprendizaje del módulo:

La evaluación se realiza con el propósito de evidenciar, en la formación del estudiante, el desarrollo de las competencias profesionales y genéricas de manera integral, mediante un proceso continuo y dinámico, creando las condiciones en las que se aplican y articulan ambas competencias en distintos espacios de aprendizaje y desempeño profesional. En el contexto de la evaluación por competencias es necesario recuperar las evidencias de desempeño con diversos instrumentos de evaluación, como la guía de observación, bitácoras y registros anecdóticos, entre otros. Las evidencias por producto, con carpetas de trabajos producidos, reportes, bitácoras, listas de cotejo, entre otros. Y las evidencias de conocimiento, con cuestionarios, resúmenes, mapas mentales y cuadros sinópticos, entre otros. Para lo cual se aplicará una serie de prácticas integradoras, que arrojen las evidencias y la conformación del portafolio de evidencias.

FUENTES DE INFORMACIÓN:**BÁSICA:**

- 1.- **DALRYMPLE**, Cron, *Administración de Ventas, Administración de Ventas*, Editorial Limusa Wiley. México 1999.
- 2.- **STANTON**, William J.; **ETZEL**, Michael J.; **WALKER**, Bruce J., *Fundamentos de Marketing*, Editorial Mc Graw Hill. México 2004.
- 3.- **BERMÚDEZ** López, Gustavo, *Apuntes de Técnicas de Ventas*, Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California. México 1999.
- 4.- **LÓPEZ** Ríos, Griselda, *Apuntes de Publicidad*, Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California. México 2000.
- 5.- **BUCKNER**, Leroy M., *Servicio al Cliente*, Segunda edición, Editorial Mc Graw Hill. México 1983.

COMPLEMENTARIA:

1. - **ZIKMUND**, D´Amico, *Marketing* , Volumen II, Editorial Thomson Learning. México 2002.
- 2.- **GAROFALO**, Gene, *Ventas y Marketing*, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. México 2002.
- 3.- **DENIS**, Walter, *El Cliente es lo Primero*, Editorial Ediciones Diaz de Santos S.A. México 1991.

CRÉDITOS:

Este programa fue elaborado bajo la organización y supervisión de la Dirección de Planeación Académica del Colegio de Bachilleres del Estado de Baja California, de acuerdo a la normatividad establecida por la Dirección General del Bachillerato para llevar a cabo la Reforma Integral de la Educación Media Superior, bajo el enfoque educativo basado en el desarrollo de competencias, con la participación de:

- **Coordinador General del Diseño:** Profr. Nicolás Pérez Garibay.
- **Diseñadores y revisores del módulo:** Lic Ailil Salahaw Santillana Moga.
Lic. José Mauricio Duarte Prado.



Por un mejor futuro
iQue BC nos una!

