



VENTAS DIRECTAS (MODALIDAD APILABLE)

GUÍA PARA EL PROFESOR
CLAVE PTMT2201
NIVEL PROFESIONAL ASOCIADO



Contenido

Datos generales del certificado.....	03
Competencia global del certificado.....	03
Introducción al certificado.....	03
Información general	04
Bibliografía de apoyo.....	04
Calendario de entregas	08
Temario del certificado	10
Herramientas	13
Preguntas más frecuentes	13
Guía para las sesiones	14
Rúbrica de Actividad 1.....	28
Rúbrica de Reto Challenge 1.....	30
Rúbrica de Actividad 2.....	32
Rúbrica de Reto Challenge 2	34
Prácticas de bienestar.....	36

Datos generales del certificado

Nombre: Ventas Directas
Nivel: Profesional Asociado
Modalidad: Apilable
Clave: PTMT2201

Competencia global del certificado

Implementa el proceso de ventas y sus componentes, estrategias de redes sociales y contenidos, manejo de tiempo y prospección de clientes con el objetivo de asegurar los objetivos de la operación de ventas de cualquier tipo de organización.

Introducción al certificado

¡Bienvenido al Certificado en Ventas Directas!
Este certificado ha sido cuidadosamente diseñado para equiparte con las habilidades y conocimientos necesarios para destacar en este competitivo campo.

A través de los diversos temas que revisarás, no solo te familiarizarás con los componentes esenciales del proceso de ventas, sino que también aprenderás a implementarlos de manera efectiva para asegurar el éxito de cualquier operación de ventas. Desde la identificación de clientes potenciales hasta el cierre de negocios, adquirirás las habilidades necesarias para conducir el proceso de ventas de manera eficiente y orientada a resultados.

Además, explorarás estrategias innovadoras en redes sociales y contenido, permitiéndote atraer y cautivar a clientes potenciales de manera relevante y efectiva. A través de técnicas probadas, actividades prácticas y retos, aprenderás a diseñar estrategias que no solo aumenten la visibilidad de tu marca, sino que también impulsen las conversiones y el compromiso del cliente.

Aprenderás la importancia del manejo del tiempo y la prospección de clientes en el logro de objetivos de ventas, poniendo en práctica las herramientas y técnicas necesarias para asegurar que cada interacción con clientes potenciales sea significativa y productiva.

Prepárate para convertirte en un líder en ventas directas, capaz de asegurar los objetivos de la operación de este departamento en cualquier tipo de organización.
¡El éxito te espera!

Información general

Metodología

Un certificado **apilable** ha sido diseñado con la finalidad de ser impartido a través de una metodología flexible para el aprendedor, pues, desde su diseño, está estructurado para poder impartirse en una modalidad autodirigida, o bien, con el acompañamiento de un docente con experiencia.

Los **certificados apilables** promueven la interacción virtual entre aprendedores localizados en diferentes campus de la Universidad Tecmilenio; es una forma de enriquecer tu formación pues puedes contrastar la realidad de tu ciudad o región con la de otros compañeros, cuando haya ocasión de intercambiar experiencias. También, los certificados están diseñados para ofrecer una experiencia autodirigida para aquellos aprendedores cuyas necesidades demanden ajustarse a sus propios tiempos.

Bibliografía y software

Para cada módulo se sugiere la siguiente **bibliografía de apoyo**:

Bibliografía

Tracy, B. (2016). *Éxito en ventas*. Grupo Nelson.

Ross, S., Jordan, B., y Westerfield, R. (2018). *Fundamentos de finanzas corporativas* (11ª ed.). España: McGraw-Hill Interamericana de España S.L. <https://bookshelf.vital-source.com/books/9781456261788> (BIBLIOTECA DIGITAL)

Weinberg, M. (2017). *Gerencia de ventas. Simplificada. La verdad acerca de cómo conseguir resultados excepcionales de tu equipo de ventas*. Estados Unidos: Grupo Nelson.

Weinberg, M. (2017). *Nuevas ventas. Simplificadas. El manual esencial para el desarrollo de posibles y nuevos negocios*. Estados Unidos: Grupo Nelson.

Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- Actividades que retoman el contenido conceptual de los temas de la semana.
- Retos con los que los participantes demostrarán que adquirieron las habilidades y los conocimientos requeridos para acreditar el certificado.

A continuación, puedes revisar el detalle de la evaluación:

Semana	Evaluación	Ponderación
1	Actividad I	10
2	Evidencia, proyecto, reto I	30
3	Actividad II	10
4	Evidencia, proyecto, reto II	40
4	Examen final	10
Total		100

Estructura de las sesiones

Las sesiones se dividen en tres bloques. Estas son las actividades que se recomienda realizar:

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida y presentación de la agenda. • Práctica de bienestar. • Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación en contextos reales (Introducción). ▪ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recapitulación de lo realizado en el bloque previo. • Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recapitulación de lo realizado en el bloque previo. • Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. ▪ Cierre de los temas. • Explicación de las actividades que deberán realizarse en la semana (fuera de la sesión).

Antes de acudir a una sesión, es necesario que leas las explicaciones, ya que te proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas. De igual manera, se requiere que revises las lecturas y los videos obligatorios.

Durante las sesiones sincrónicas, el docente dará una breve explicación del tema, resolverá dudas y compartirá las instrucciones de lo que se debe realizar fuera de dichas sesiones.

Actividades, retos y fases del proyecto

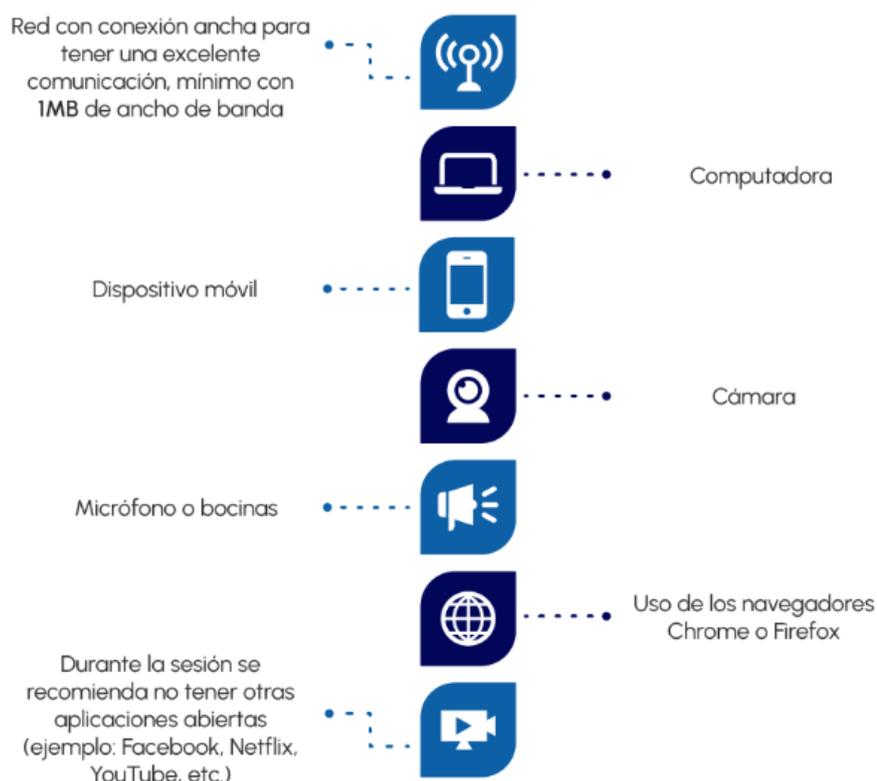
Las actividades y los retos se han diseñado para realizarse de manera individual. Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los participantes en distintos formatos, durante las sesiones, el profesor alterna intervenciones individuales, plenarias y grupales que enriquecen tus puntos de vista y, al mismo tiempo, te dan la oportunidad de presentar tus ideas y posturas sobre los temas de la clase.

Para la interacción de los participantes, se utilizan las funcionalidades de colaboración con una herramienta para la creación de salas virtuales interactivas, en donde puedes compartir pantalla, documentos, videos y audios. El resultado de los retos y las evidencias realizados deberán entregarse a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación. Lo anterior tiene la intención de que, desde el inicio de la semana, tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito dentro del certificado.

Sesiones virtuales

Para la transmisión de las sesiones se utiliza una herramienta de videoconferencias. Con el fin de mejorar la calidad de dichas interacciones, se recomienda lo siguiente:



Tutoriales

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad de certificados, te recomendamos que sigas al pie de la letra las indicaciones de tu docente, así como revisar estos tutoriales:

- **¿Cómo entrar a Canvas?**

Dirección de Producción de Contenidos. (2019, 10 de julio). Video 1. *¿Cómo ingreso a Canvas por Chrome o FireFox?* [Archivo de video]. [Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=lf777UQVUBg](https://www.youtube.com/watch?v=lf777UQVUBg)

- **¿Cómo consulto mis calificaciones?**

Dirección de Producción de Contenidos. (2019, 3 de mayo). Video 9. *¿Cómo veo mis calificaciones?* [Archivo de video]. [Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=RjSSbQL-7s4](https://www.youtube.com/watch?v=RjSSbQL-7s4)

- **¿Cómo entrego mis tareas?**

Dirección de Producción de Contenidos. (2019, 3 de mayo). Video 8. *¿Cómo entrego mis tareas?* [Archivo de video]. [Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=kt3gOU4q7ko](https://www.youtube.com/watch?v=kt3gOU4q7ko)

- **Tutoriales de Canvas para participantes.**

Dirección de Producción de Contenidos. (2019, 10 de julio). *Tutoriales Canvas (Alumnos)* [Lista de reproducción]. [Recuperado de https://www.youtube.com/playlist?list=PLxtBF8TpS7EPE5pQHVV-8iAjdNnqZSNO](https://www.youtube.com/playlist?list=PLxtBF8TpS7EPE5pQHVV-8iAjdNnqZSNO)

¡Te deseamos mucho éxito!

Calendario de entregas tetramensual

Semana	Tema	Actividad	Reto	Examen Final
1	Tema 1. Fundamentos de una comunicación efectiva			
	Tema 2. Tipos de comunicación			
	Tema 3. Manejo de objeciones			
	Tema 4. Tipos de valores			
	Tema 5. Introducción a la venta personal	X		
2	Tema 6. Negociación			
	Tema 7. Ventas			
	Tema 8. Administración de ventas. Cliente, pronóstico y territorio			
	Tema 9. Administración de ventas. El vendedor y la fuerza de ventas			
	Tema 10. Administración de ventas. Desempeño y reconocimiento		X	

3	Tema 11. Fundamentos de mercadotecnia			
	Tema 12. Mercados			
	Tema 13. Consumidor			
	Tema 14. Redes sociales			
	Tema 15. Mercadotecnia de contenidos	X		
4	Tema 16. Introducción al liderazgo			
	Tema 17. Características del liderazgo			
	Tema 18. Habilidades en el liderazgo			
	Tema 19. Finanzas básicas para ventas			
	Tema 20. Otras finanzas para ventas		X	X

Temario del certificado

Temario	
Semana 1	<p>1. Fundamentos de una comunicación efectiva</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Escucha activa 1.2 Mirada activa 1.3 Hablar el lenguaje del cliente <p>2. Tipos de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Comunicación verbal 2.2 Comunicación no verbal <p>3. Manejo de objeciones</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Principales objeciones 3.2 Técnicas para el manejo de objeciones <p>4. Tipos de valores</p> <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Valor percibido 4.2 Valor del cliente <p>5. Introducción a la venta personal</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Definición de venta personal 5.2 Función de ventas en la empresa
Semana 2	<p>6. Negociación</p> <ul style="list-style-type: none"> 6.1 Importancia de la negociación 6.2 Planeación de la negociación <p>7. Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.1 Búsqueda y selección de prospectos 7.2 Planeación de la venta 7.3 Seguimiento postventa

<p style="text-align: center;">Semana 2</p>	<p>8. Administración de ventas. Cliente, pronóstico y territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> 8.1 Relación con clientes 8.2 Pronóstico de ventas 8.3 Cuotas y territorios <p>9. Administración de ventas. El vendedor y la fuerza de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> 9.1 Características del vendedor 9.2 Motivación de la fuerza de ventas <p>10. Administración de ventas. Desempeño y reconocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> 10.1 Medición del desempeño 10.2 Reconocimiento de fuerza de ventas
<p style="text-align: center;">Semana 3</p>	<p>11. Fundamentos de mercadotecnia</p> <ul style="list-style-type: none"> 11.1 Definición de mercadotecnia 11.2 Conceptos de mercadotecnia <p>12. Mercados</p> <ul style="list-style-type: none"> 12.1 Características de los mercados 12.2 Segmentación de mercados <p>13. Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> 13.1 Consumidor y comportamiento de compra 13.2 Mezcla de mercadotecnia <p>14. Redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> 14.1 Estrategias de medios sociales 14.2 Plan de medios sociales 14.3 Redes sociales <p>15. Mercadotecnia de contenidos</p> <ul style="list-style-type: none"> 15.1 Estrategias de contenidos 15.2 Marco de creación de contenidos 15.3 Medir y analizar el contenido

Semana 4**16. Introducción al liderazgo**

16.1 Teorías y tipos de liderazgo

16.2 Desarrollo del liderazgo

17. Características del liderazgo

17.1 El líder se conoce a sí mismo

17.2 El líder agrega valor a su gente

17.3 El líder empodera a su gente

18. Habilidades en el liderazgo

18.1 Inteligencia emocional

18.2 Liderazgo positivo

19. Finanzas básicas para venta

19.1 Interés simple

19.2 Descuentos

19.3 Anualidades

20. Otras finanzas para ventas

20.1 Valor actual neto

20.2 Valor presente neta

20.3 Tasa interna de retorno

20.4 Punto de equilibrio

Herramientas

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad, te recomendamos revisar los tutoriales de **esta liga**.

Preguntas más frecuentes

¿En dónde o a quién le reporto un error detectado en el contenido?

Lo puedes reportar a través del botón “Mejora tu curso”, también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades del certificado.

¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y el tiempo de cada sesión en las semanas?

El coordinador docente te debe proporcionar esta información.

¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

¿Tengo que capturar las calificaciones en Banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures las calificaciones en la plataforma para que los participantes estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en esta experiencia educativa. En Banner, se hace el registro oficial de las calificaciones de los participantes.

Semana 1

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción de los temas que se abordarán.	5 minutos
Práctica de bienestar	El profesor impartidor seleccionará alguna práctica del banco, anexo al final de este documento, para compartirla en un foro de discusión y para explicarla en la sesión. Se recomienda utilizar una diferente cada semana.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación en contextos reales (Introducción) • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	40 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	45 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos • Cierre de los temas 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos
Explicación de la actividad integradora 1	Se explicará a los participantes en qué consiste la actividad integradora 1, la cual se entrega en la semana 1.	10 minutos

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 1 de la semana 1, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Utilizar ejemplos prácticos y demostraciones en vivo para ilustrar cómo aplicar la escucha activa, la mirada activa y el uso del lenguaje adecuado en situaciones reales. Esto puede incluir la reproducción de escenarios comunes en los que la comunicación efectiva es crucial, como reuniones con clientes o situaciones de servicio al cliente.
2. Recordar a los estudiantes que la comunicación efectiva es una habilidad que se perfecciona con la práctica continua. Anímalos a aplicar lo que aprenden en su vida diaria y a buscar oportunidades para mejorar sus habilidades de comunicación tanto dentro como fuera del aula.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 2 de la semana 1, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Utilizar ejemplos para ilustrar los diferentes tipos de comunicación. Puedes incluir ejemplos de comunicación verbal, como conversaciones cara a cara, discursos o presentaciones, y ejemplos de comunicación no verbal, como el lenguaje corporal, gestos faciales y expresiones.
2. Utilizar estudios de caso o situaciones del mundo real para analizar cómo la comunicación verbal y no verbal influyen en diferentes contextos profesionales. Se pueden presentar videos en los que se demuestre como la comunicación efectiva fue clave para el éxito o en los que la falta de congruencia resultó en malentendidos o conflictos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 3 de la semana 1, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Dedicar tiempo a enseñar individualmente la variedad de técnicas para manejar objeciones contenidas en el tema y explorar con los aprendedores cómo cada técnica puede aplicarse en diferentes situaciones.
2. Permitir a los aprendedores la práctica del manejo de objeciones en el entorno controlado de la clase. Esto puede incluir *role-playing*, simulaciones de ventas o debates estructurados, proporcionando retroalimentación constructiva durante estas actividades para ayudarlos a mejorar sus habilidades.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 4 de la semana 1, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Asegurarse de contextualizar la enseñanza de los tipos de valores dentro del ámbito profesional específico de los estudiantes. Explora cómo el valor percibido y el valor del cliente son relevantes en la hotelería, en las agencias de viajes o las empresas de transporte, y cómo pueden influir en la toma de decisiones empresariales y estratégicas.
2. Fomentar el pensamiento crítico al analizar cómo las empresas pueden influir en el valor percibido y el valor del cliente a través de diferentes estrategias y tácticas.
3. Generar una discusión sobre la forma en que las empresas pueden mejorar su propuesta de valor y su enfoque en el cliente para generar ventajas competitivas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 5 de la semana 1, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Situar la venta personal dentro del contexto del entorno empresarial turístico actual, revisando con los aprendedores la forma en que las empresas utilizan la venta personal como parte de su estrategia de ventas y cómo se integra con otras funciones dentro de la organización, como el *marketing* y el servicio al cliente.
2. Destacar la importancia de la venta personal en la creación de relaciones sólidas con los clientes y en la generación de ingresos para la empresa, a través del fomento de discusiones sólidas respecto a cómo la venta personal puede ofrecer una ventaja competitiva al permitir una comunicación más directa y personalizada con los clientes.
3. Intercambiar opiniones sobre la importancia de la ética y los valores al implementar las técnicas de venta personal.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la Actividad integradora de la semana 1.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Se deben reafirmar los conceptos relacionados con la comunicación efectiva, verbal, no verbal, escucha y mirada activa, así como el manejo de las principales objeciones y la creación de valor para el cliente.
2. Se pueden mostrar videos para analizar las diferentes formas de comunicación y cómo esta puede utilizarse de forma efectiva.
3. Se recomienda exponer las instrucciones de la actividad, ver el video con ejemplos prácticos y revisar la rúbrica para explicar los criterios de evaluación.

Se entrega en la semana 1.

Semana 2 Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos
Práctica de bienestar	El profesor impartidor seleccionará alguna práctica del banco, anexo al final de este documento, para compartirla en un foro de discusión y explicarla en la sesión. Se recomienda utilizar una diferente cada semana.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación en contextos reales (Introducción) • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	40 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	45 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos • Cierre de los temas 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	45 minutos
Explicación del reto Challenge 1	Se explicará a los participantes en qué consiste el reto Challenge 1, el cual deberán entregar en la semana 2.	10 minutos

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 6 de la semana 2, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Organizar actividades de role-playing y simulaciones de negociación donde los estudiantes puedan practicar sus habilidades proporcionándoles escenarios realistas y retroalimentación constructiva para mejorar su desempeño.
2. Analizar casos de negociación exitosos y fracasados en la industria turística, destacando las lecciones aprendidas y las mejores prácticas que los estudiantes pueden aplicar en sus futuras carreras en ventas y gestión turística.
3. Discutir la importancia de negociar de manera ética y transparente en el sector turístico, respetando los intereses de todas las partes involucradas y evitando prácticas deshonestas o manipuladoras.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 7 de la semana 2, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Explorar con los aprendedores la forma de identificar clientes potenciales interesados en servicios turísticos y cómo adaptar las estrategias de venta a las necesidades y deseos de los viajeros, revisando diferentes estrategias de prospección para encontrar clientes potenciales en el sector turístico, como la generación de *leads* a través de redes sociales, la participación en ferias de turismo o la colaboración con agencias de viajes.
2. Animar a los aprendedores a investigar las características demográficas, psicográficas y de comportamiento de los viajeros que podrían estar interesados en los productos o servicios turísticos que se ofrecen (o que podrían ofrecerse) en la localidad.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 8 de la semana 2, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Enfatizar la importancia de cultivar relaciones sólidas y duraderas con los clientes en el contexto del turismo. Discutir con los aprendedores acerca de la forma en que la lealtad del cliente puede influir en el éxito a largo plazo de un negocio turístico y cómo la atención al cliente puede diferenciar a una empresa en un mercado competitivo.
2. Animar a los aprendedores a investigar sobre tecnologías y herramientas modernas de administración de ventas relevantes para el sector turístico, como *software* de gestión de relaciones con los clientes (CRM), plataformas de automatización de marketing y sistemas de seguimiento de ventas. Explora cómo utilizar estas herramientas puede mejorar la eficiencia y efectividad en la administración de ventas en el turismo.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 9 de la semana 2, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Explorar junto con los aprendedores las características clave que hacen exitoso a un vendedor en la industria del turismo.
2. Fomentar la discusión acerca de la forma en la que habilidades como la empatía, la persuasión, el conocimiento del producto, la habilidad para trabajar bajo presión y la capacidad para adaptarse a diferentes situaciones y culturas, influye en su capacidad para cerrar ventas.
3. Intercambiar conocimientos y experiencias sobre las diferentes teorías y enfoques de la motivación y la forma en que se pueden aplicar a la fuerza de venta en el contexto del turismo.
4. Analizar los diferentes factores que pueden motivar a los vendedores en el contexto del turismo, como las oportunidades de viaje, la compensación variable, el reconocimiento público, el desarrollo de carrera y la satisfacción del cliente.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 10 de la semana 2, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Pedir a los aprendedores que investiguen y comenten los diferentes métodos y herramientas para medir el desempeño de la fuerza de ventas en el sector turístico.
2. Fomentar el intercambio de opiniones sobre la importancia de establecer métricas claras y objetivas que reflejen los objetivos de ventas, la satisfacción del cliente y otros indicadores relevantes para el negocio turístico.
3. Animar a los aprendedores a conocer más sobre los indicadores clave de desempeño (KPIs) más relevantes para la industria turística, como la tasa de conversión de ventas, el valor de vida del cliente, la satisfacción del cliente y la retención de clientes, así como la forma de utilizar estos KPIs puede ayudar a evaluar el rendimiento individual y del equipo de ventas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes al Reto Challenge.

1. Se deben reafirmar los conocimientos sobre la negociación, la prospección, pronósticos, seguimiento de ventas, la medición de desempeño, la motivación y el reconocimiento de la fuerza de ventas.
2. Se recomienda exponer el reto, revisar juntos el video explicativo y la rúbrica para resolver dudas sobre los criterios de evaluación.

Se entrega en la semana 2.

Semana 3 Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos
Práctica de bienestar	El profesor impartidor seleccionará alguna práctica del banco, anexo al final de este documento, para compartirla en un foro de discusión y explicarla en la sesión. Se recomienda utilizar una diferente cada semana.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación en contextos reales (Introducción) • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	40 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	45 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos • Cierre de los temas 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	45 minutos
Explicación de la actividad integradora 2	Se explicará a los participantes en qué consiste la actividad integradora 2, la cual se entrega en la semana 3.	10 minutos

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 11 de la semana 3, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Comentar sobre los conceptos básicos de mercadotecnia, como el mercado objetivo, el posicionamiento, la segmentación de mercado, el marketing mix (las 4 P: Producto, Precio, Plaza y Promoción) y la orientación al cliente, así como la forma en que las empresas turísticas utilizan estos conceptos para identificar oportunidades de mercado, desarrollar productos y servicios atractivos, establecer precios competitivos, seleccionar canales de distribución efectivos y promover sus ofertas de manera eficaz.
2. Anima a los estudiantes a aplicar los conceptos de mercadotecnia aprendidos a situaciones reales en la industria turística y a compartir sus ideas y perspectivas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 12 de la semana 3, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Utilizar ejemplos prácticos y casos de estudio relevantes para ilustrar las características de los mercados en el sector turístico. Por ejemplo, analizar con los aprendedores cómo varían los mercados en destinos turísticos populares durante diferentes épocas del año o cómo la competencia entre proveedores turísticos puede afectar la dinámica del mercado.

2. Fomentar el intercambio de ideas y experiencias acerca de las tendencias actuales en la segmentación de mercados en la industria turística, como la personalización de la experiencia del cliente, la segmentación basada en datos y tecnología, y la segmentación emocional. Animarlos a compartir sus opiniones sobre cómo estas tendencias están transformando la forma en que las empresas turísticas identifican y se conectan con sus segmentos de mercado.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 13 de la semana 3, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Compartir opiniones sobre la forma en que la tecnología está impactando en las ventas directas en el sector turístico y conminar a los aprendedores a investigar herramientas como las plataformas de reservas en línea, las redes sociales y las aplicaciones móviles, y cómo estas pueden utilizarse de manera efectiva para llegar al consumidor y cerrar ventas directas.
2. Considera la diversidad cultural en el comportamiento de compra de los turistas. Discute cómo factores como la cultura, el idioma y las preferencias pueden influir en las decisiones de compra, y cómo las empresas turísticas pueden adaptarse para satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de mercado.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 14 de la semana 3, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Intercambiar con los aprendedores ideas sobre cómo planificar y crear contenido atractivo para las redes sociales en el contexto turístico. Explorar diferentes formatos de contenido, como imágenes, videos, historias y publicaciones escritas, y cómo adaptarlos para diferentes plataformas y audiencias.
2. Discutir la importancia de la gestión de la comunidad en las redes sociales y cómo las empresas turísticas pueden interactuar con los seguidores de manera efectiva. Esto incluye responder preguntas, gestionar comentarios y manejar situaciones de crisis de manera adecuada.
3. Abordar temas de ética y responsabilidad en el uso de redes sociales en el sector turístico, incluyendo la privacidad del usuario, la transparencia en la publicidad y el manejo de críticas y opiniones negativas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 15 de la semana 3, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Motivar a los aprendedores a investigar y compartir cómo planificar y distribuir el contenido de manera efectiva para alcanzar a la audiencia objetivo. Discutan también sobre la importancia de utilizar múltiples canales de distribución, como el sitio web de la empresa, las redes sociales, el correo electrónico y los blogs de terceros.

1. Invitar a los aprendedores a compartir sus impresiones acerca de las diferentes métricas y herramientas disponibles para medir y analizar el rendimiento del contenido. Esto puede incluir métricas como el tráfico del sitio web, la tasa de clics, el tiempo en la página y la generación de leads o conversiones.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la Actividad 2, de la semana 3.

1. Se deben reafirmar los conceptos de mercadotecnia, segmentación de mercado, comportamiento de compra, mezcla de la mercadotecnia, estrategias y planes de medios.
 2. Se recomienda exponer la actividad, ver el video con ejemplos prácticos y revisar la rúbrica para explicar los criterios de evaluación.
- Se entrega en la semana 3.

Semana 4 Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos
Práctica de bienestar	El profesor impartidor seleccionará alguna práctica del banco, anexo al final de este documento, para compartirla en un foro de discusión y explicarla en la sesión. Se recomienda utilizar una diferente cada semana.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación en contextos reales (Introducción) • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	40 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos.	45 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para los participantes.	10 minutos

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos
Desarrollo de los temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los temas de la semana con ejemplos prácticos • Cierre de los temas 	El profesor explicará a los participantes los contenidos con ejemplos prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	45 minutos
Explicación del reto Challenge 2	Se explicará a los participantes en qué consiste el reto Challenge 2, el cual deberán entregar en la semana 3.	10 minutos

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 16 de la semana 4, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Fomentar la reflexión personal entre los aprendedores sobre sus propias fortalezas y debilidades como líderes potenciales, animándolos a realizar autoevaluaciones de sus habilidades de liderazgo y a identificar áreas de mejora y desarrollo.
2. Orientar a los aprendedores en la creación de un plan de desarrollo de liderazgo personal. Esto puede incluir la identificación de metas de liderazgo a corto y largo plazo, así como estrategias específicas para mejorar habilidades clave de liderazgo en el contexto turístico.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 17 de la semana 4, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Invitar a los aprendedores a aportar ejemplos de la forma en la que los líderes pueden agregar valor a su equipo y a las personas a su cargo en la industria turística.
2. Compartan estrategias para reconocer y recompensar el desempeño excepcional, así como para proporcionar retroalimentación constructiva y oportunidades de desarrollo profesional y empoderar a su fuerza de ventas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 18 de la semana 4, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Discutir con los aprendedores sobre la forma en que los líderes pueden aplicar la inteligencia emocional en su trabajo diario en la industria turística. Analicen cómo la capacidad de reconocer y gestionar las emociones propias y de los demás puede influir en la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la construcción de relaciones sólidas con el equipo y los clientes.
2. Intercambiar puntos de vista sobre la forma en la que pueden desarrollar habilidades de liderazgo positivo en sí mismos y en otros. Esto puede incluir prácticas como el reconocimiento y la celebración de logros, la promoción de la resiliencia y el optimismo, y la creación de una cultura organizacional basada en valores positivos.
3. Fomentar el intercambio de información sobre casos y ejemplos prácticos de líderes que ejemplifiquen el liderazgo positivo en la industria turística. Analiza cómo estos líderes han cultivado un ambiente de trabajo positivo, han inspirado a su equipo y han logrado resultados sobresalientes a través de su enfoque en el liderazgo positivo.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 19 de la semana 4, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Proporcionar a los aprendedores la oportunidad de realizar en conjunto ejercicios prácticos para aplicar los conceptos de interés simple, descuentos y anualidades en situaciones reales de la industria turística, tales como problemas de cálculo de precios de venta, determinación de tasas de interés efectivas y análisis de opciones de financiamiento para clientes.
2. Analizar estudios de casos y ejemplos específicos relacionados con la industria turística para ilustrar cómo se aplican estos conceptos en la práctica. Analiza cómo las empresas turísticas utilizan estrategias de precios, descuentos y financiamiento para aumentar las ventas y mejorar la experiencia del cliente.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 20 de la semana 4, la cual debe considerar la realización de ejercicios prácticos durante la sesión.

Al profesor impartidor se le recomienda lo siguiente:

1. Pedir a los aprendedores que compartan sus puntos de vista sobre la forma en que los conceptos financieros son importantes en el contexto de las ventas y el turismo, destacando cómo el análisis financiero puede ayudar a los profesionales del turismo a evaluar la viabilidad de proyectos, determinar precios de venta adecuados y tomar decisiones estratégicas que impacten en la rentabilidad de la empresa.
2. Animar a los aprendedores a investigar y compartir información sobre herramientas y software de análisis financiero que puedan ser útiles en la industria turística. Proporciona ejemplos de software de hoja de cálculo y otras herramientas de análisis financiero que puedan ayudar a los profesionales del turismo a realizar cálculos financieros de manera más eficiente y precisa.

Notas para el profesor impartidor correspondientes al Reto Challenge 2 de la semana 4.

1. Se deben reafirmar los conceptos de liderazgo positivo, habilidades directivas, inteligencia emocional, empoderamiento, análisis financiero, costos, valor presente, flujos de efectivo, punto de equilibrio y rentabilidad.
2. Se recomienda que el profesor haga énfasis en las fortalezas del aprendedor al realizar su reto que en este caso se trata de un plan empresarial.
3. Se recomienda exponer el reto, el video explicativo del reto y la rúbrica para explicar los criterios de evaluación.

Se entrega en la semana 4.

Rúbrica Actividad 1

Nivel de desempeño				
Criterios de evaluación	Altamente competente (100% - 86%)	Competente (85% - 70%)	Aún sin desarrollar la competencia (69% - 0%)	%
20 recomendaciones de comunicación efectiva	25 – 18 puntos	17 – 9 puntos	8 - 0 puntos	25
	Ofrece 20 recomendaciones coherentes relacionadas con mejorar la comunicación efectiva con los clientes dentro de las cuales toma en consideración los siguientes aspectos: -Consejos efectivos para demostrar una escucha y mirada activa. -Consejos de lenguaje verbal. -Consejos de lenguaje no verbal.	Ofrece entre 14 y 17 recomendaciones coherentes relacionadas con mejorar la comunicación efectiva con los clientes dentro de las cuales toma en consideración al menos dos de los siguientes tres aspectos: -Consejos efectivos para demostrar una escucha y mirada activa. -Consejos de lenguaje verbal. -Consejos de lenguaje no verbal.	Ofrece menos de 13 recomendaciones coherentes relacionadas con mejorar la comunicación efectiva con los clientes dentro de las cuales toma en consideración uno o menos de los siguientes tres aspectos: -Consejos efectivos para demostrar una escucha y mirada activa. -Consejos de lenguaje verbal. -Consejos de lenguaje no verbal.	
10 consejos para el manejo de 10 objeciones diferentes	25 – 18 puntos	17 – 9 puntos	8 - 0 puntos	25
	Realiza una tabla con 10 de las principales objeciones que puede presentar el cliente, cada una con consejos adecuados para su manejo efectivo.	Realiza una tabla de al menos 7 de las principales objeciones que puede presentar el cliente, cada una con consejos adecuados para su manejo efectivo.	Realiza una tabla de con 6 o menos de las principales objeciones que puede presentar el cliente, cada una con consejos adecuados para su manejo efectivo.	
5 políticas sobre el valor del cliente	28 – 18 puntos	17 – 9 puntos	8 – 0 puntos	25
	Genera 5 políticas encaminadas a tomar en consideración el valor de cada cliente al generar las estrategias de ventas, incluyendo todos los siguientes aspectos: -Valor monetario del cliente. -Valor de referencia del cliente. -Valor de retención del cliente. -Valor potencial del cliente. -Valor experiencial del cliente.	Genera 4 políticas encaminadas a tomar en consideración el valor de cada cliente al generar las estrategias de ventas, incluyendo tres de los siguientes aspectos: -Valor monetario del cliente. -Valor de referencia del cliente. -Valor de retención del cliente. -Valor potencial del cliente. -Valor experiencial del cliente.	Genera 3 políticas encaminadas a tomar en consideración el valor de cada cliente al generar las estrategias de ventas, incluyendo dos o menos de los siguientes aspectos: -Valor monetario del cliente. -Valor de referencia del cliente. -Valor de retención del cliente. -Valor potencial del cliente. -Valor experiencial del cliente.	

Rúbrica Actividad 1

	25 – 18 puntos	17 – 9 puntos	8 - 0 puntos	%
Organigrama del departamento de ventas y descripción de 4 puestos	Presenta el esquema con el organigrama del departamento de ventas, coherente y bien relacionado con el tipo y tamaño del hotel. Explica amplia y correctamente las funciones y responsabilidades de al menos 4 de sus principales puestos.	Presenta el esquema con el organigrama del departamento de ventas, coherente y medianamente relacionado con el tipo y tamaño del hotel. Explica brevemente, pero de forma correcta las funciones y responsabilidades de al menos 4 de sus principales puestos.	Presenta el esquema con el organigrama del departamento de ventas sin considerar el tipo y tamaño del hotel. Explica de forma limitada y con inconsistencias 4 de sus principales puestos.	25
			Total: 100 puntos	100%

Rúbrica de reto Challenge 1

Nivel de desempeño				
Criterios de evaluación	Altamente competente (100% - 86%)	Competente (85% - 70%)	Aún sin desarrollar la competencia (69% - 0%)	%
Habilidades sociales del vendedor	25 – 21 puntos	20 – 17puntos	16 – 0 puntos	25
	<p>Explica detalladamente las habilidades sociales que debe tener un vendedor, con consejos y recomendaciones que incluyan todos los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escucha y mirada activa. • Comunicación verbal y no verbal. • Manejo de objeciones. 	<p>Explica breve pero correctamente las habilidades sociales que debe tener un vendedor, con consejos y recomendaciones que incluyan al menos dos de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escucha y mirada activa. • Comunicación verbal y no verbal. • Manejo de objeciones. 	<p>Explica superficialmente las habilidades sociales que debe tener un vendedor, con consejos y recomendaciones que incluyan al menos uno de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escucha y mirada activa. • Comunicación verbal y no verbal. • Manejo de objeciones. 	
Ventas y negociación	25 – 21 puntos	20 – 17puntos	16 – 0 puntos	25
	<p>Incluye consejos y explicaciones detalladas y correctas referentes a todos los siguientes rubros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las responsabilidades y funciones del departamento de ventas en una empresa. • La negociación efectiva con los clientes. • Una buena prospección, planeación y seguimiento de ventas. 	<p>Incluye consejos y explicaciones breves pero correctos referentes al menos a dos de los siguientes rubros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las responsabilidades y funciones del departamento de ventas en una empresa. • La negociación efectiva con los clientes. • Una buena prospección, planeación y seguimiento de ventas. 	<p>Incluye consejos y explicaciones superficiales referentes al menos a uno de los siguientes rubros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las responsabilidades y funciones del departamento de ventas en una empresa. • La negociación efectiva con los clientes. • Una buena prospección, planeación y seguimiento de ventas. 	
Administración de ventas	30 – 26 puntos	25 – 21 puntos	20 – 0 puntos	30
	<p>El podcast incluye consejos coherentes y correctos sobre los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pronóstico de ventas. • Establecimiento de cuotas de ventas y territorios. • Motivación del equipo de ventas. • Medición del desempeño. • Recompensa al personal de ventas para mantener el buen desempeño. 	<p>El podcast incluye consejos breves, pero correctos sobre al menos tres de los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pronóstico de ventas. • Establecimiento de cuotas de ventas y territorios. • Motivación del equipo de ventas. • Medición del desempeño. • Recompensa al personal de ventas para mantener el buen desempeño. 	<p>El podcast incluye consejos superficiales sobre dos o menos de los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pronóstico de ventas. • Establecimiento de cuotas de ventas y territorios. • Motivación del equipo de ventas. • Medición del desempeño. • Recompensa al personal de ventas para mantener el buen desempeño. 	

Rúbrica de reto Challenge 1

	20 – 17 puntos	16 – 14 puntos	13 – 0 puntos	%
<i>Producción del podcast</i>	<p>El podcast debe cumplir con todos los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ritmo, dicción, claridad, expresividad y entonación. • Calidad técnica del audio. • Estructura y organización del contenido. • Duración entre 20 y 30 minutos. 	<p>El podcast debe cumplir con al menos tres los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ritmo, dicción, claridad, expresividad y entonación. • Calidad técnica del audio. • Estructura y organización del contenido. • Duración entre 20 y 30 minutos. 	<p>El podcast cumple con dos o menos de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ritmo, dicción, claridad, expresividad y entonación. • Calidad técnica del audio. • Estructura y organización del contenido. • Duración entre 20 y 30 minutos. 	20
Total: 100 puntos				100%

Rúbrica Actividad 2

Nivel de desempeño				
Criterios de evaluación	Altamente competente (100% - 86%)	Competente (85% - 70%)	Aún sin desarrollar la competencia (69% - 0%)	%
Definición y conceptos de mercadotecnia	20 – 17 puntos	16 –14 puntos	13 – 0 puntos	20
	Muestra una comprensión profunda y precisa de los principios fundamentales de la mercadotecnia. Puede explicar claramente cómo se aplican estos principios en el contexto del plan de mercadotecnia.	Demuestra una comprensión sólida de los principios básicos de la mercadotecnia, aunque puede haber algunos aspectos que no están completamente claros o desarrollados en referencia a su aplicación en el plan de mercadotecnia.	Demuestra una comprensión deficiente de los principios básicos de la mercadotecnia. La explicación no es totalmente clara o precisa al referirse a su aplicación al plan de mercadotecnia.	
Características y segmentación de mercados	25 – 18 puntos	17 –9 puntos	8 – 0 puntos	25
	-Realiza un análisis exhaustivo y preciso de las características del mercado. -Realiza una segmentación del mercado precisa, identificando grupos específicos de consumidores. -Proporciona una justificación sólida para la segmentación realizada.	-Realiza un análisis adecuado, aunque superficial de las características del mercado. -Realiza una segmentación del mercado adecuada, identificando grupos de consumidores relevantes, aunque la justificación y la identificación de segmentos no sean precisas.	-Demuestra una comprensión limitada de los aspectos clave del mercado. -Identifica grupos de consumidores de manera poco efectiva sin una justificación adecuada.	
Comportamiento de compra y mezcla de mercadotecnia	25 – 18 puntos	17 –9 puntos	8 – 0 puntos	25
	-Desarrolla 4 estrategias de mercadotecnia innovadoras, bien fundamentadas en la mezcla de la mercadotecnia. -Las estrategias de mercadotecnia propuestas están totalmente alineadas con los objetivos establecidos y las necesidades de los segmentos de mercado identificados.	-Desarrolla 3 estrategias de mercadotecnia innovadoras, bien fundamentadas en la mezcla de la mercadotecnia. -Las estrategias de mercadotecnia propuestas están parcialmente alineadas con los objetivos establecidos y las necesidades de los segmentos de mercado identificados.	-Desarrolla 1 o 2 estrategias de mercadotecnia poco innovadoras o poco fundamentadas en la mezcla de la mercadotecnia. -Las estrategias de mercadotecnia propuestas están poco alineadas con los objetivos establecidos y las necesidades de los segmentos de mercado identificados.	

Rúbrica Actividad 2

	30 – 26 puntos	25 – 21 puntos	20 – 0 puntos	%
Estrategias y plan de medios sociales	<ul style="list-style-type: none"> -Diseña estrategias específicas para utilizar 3 redes sociales, con objetivos bien definidos. - Crea un plan de contenido de una semana para cada una de las 3 redes sociales. -Establece métricas específicas y medibles para evaluar el rendimiento de cada publicación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseña estrategias específicas para utilizar 2 redes sociales, con objetivos bien definidos. - Crea un plan de contenido de una semana para 2 redes sociales. -Establece métricas precisas para evaluar el rendimiento de la mayoría de las publicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseña estrategias específicas para utilizar al menos una red social, con objetivos bien definidos. -Crea un plan de contenido de una semana para una red social. -Establece métricas poco medibles para evaluar el rendimiento de algunas publicaciones de su plan. 	30
Total: 100 puntos				100%

Rúbrica de reto Challenge 2

Nivel de desempeño				
Criterios de evaluación	Altamente competente (100% - 86%)	Competente (85% - 70%)	Aún sin desarrollar la competencia (69% - 0%)	%
Análisis de liderazgo	25 – 21 puntos	20 – 17 puntos	16 - 0 puntos	25
	Hace una reflexión profunda sobre los aspectos del liderazgo relacionados con su proyecto empresarial. Incluye todos los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> Tipo de liderazgo que asume. Motivación y empoderamiento de su equipo. Habilidades de liderazgo que necesita desarrollar. 	Hace una reflexión adecuada sobre los aspectos del liderazgo relacionados con su proyecto empresarial. Incluye al menos 2 de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> Tipo de liderazgo que asume. Motivación y empoderamiento de su equipo. Habilidades de liderazgo que necesita desarrollar. 	Hace una reflexión insuficiente sobre los aspectos del liderazgo relacionados con su proyecto empresarial. Incluye alguno de los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> Tipo de liderazgo que asume. Motivación y empoderamiento de su equipo. Habilidades de liderazgo que necesita desarrollar. 	
Planificación financiera	25 – 21 puntos	20 – 17 puntos	16 – 0 puntos	25
	Realiza un análisis financiero básico pero correcto para su proyecto empresarial, considerando todos los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> Los costos iniciales de puesta en marcha. Los costos operativos recurrentes. Los ingresos esperados y el potencial de rentabilidad. El punto de equilibrio. El valor presente neto de tu proyecto. 	Realiza un análisis financiero básico pero correcto para su proyecto empresarial, considerando al menos 4 de los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> Los costos iniciales de puesta en marcha. Los costos operativos recurrentes. Los ingresos esperados y el potencial de rentabilidad. El punto de equilibrio. El valor presente no de tu proyecto. 	Realiza un análisis financiero básico pero correcto para su proyecto empresarial, considerando algunos de los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> Los costos iniciales de puesta en marcha. Los costos operativos recurrentes. Los ingresos esperados y el potencial de rentabilidad. El punto de equilibrio. El valor presente neto de tu proyecto. 	
Organización positiva	25 – 21 puntos	20 – 17 puntos	16 – 0 puntos	25
	Diseña una propuesta de acciones específicas para cada uno de los siguientes aspectos relacionados con la organización positiva: <ul style="list-style-type: none"> Fomentar la inteligencia emocional en la organización. Fomentar el liderazgo positivo en el personal. Cuidar el bienestar integral de los colaboradores. Fomentar el propósito y sentido de pertenencia. 	Diseña una propuesta de acciones específicas para al menos tres de los siguientes aspectos relacionados con la organización positiva: <ul style="list-style-type: none"> Fomentar la inteligencia emocional en la organización. Fomentar el liderazgo positivo en el personal. Cuidar el bienestar integral de los colaboradores. Fomentar el propósito y sentido de pertenencia. 	Diseña una propuesta de acciones específicas para algunos de los siguientes aspectos relacionados con la organización positiva: <ul style="list-style-type: none"> Fomentar la inteligencia emocional en la organización. Fomentar el liderazgo positivo en el personal. Cuidar el bienestar integral de los colaboradores. Fomentar el propósito y sentido de pertenencia. 	

Rúbrica de reto Challenge 2

	25 – 21 puntos	20 – 17 puntos	16 - 0 puntos	%
Presentación y reflexión	<p>Realiza una presentación efectiva de su proyecto empresarial, que cumpla con todos los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyos visuales atractivos, claros y estructurados. • Contenido relevante, congruente y conciso. • Dominio del tema. • Reflexión sobre los aspectos de liderazgo y finanzas abordados en el desarrollo del plan. • Explicación de la aplicación práctica de estos conocimientos. 	<p>Realiza una presentación adecuada de su proyecto empresarial, que cumpla con al menos cuatro de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyos visuales atractivos, claros y estructurados. • Contenido relevante, congruente y conciso. • Dominio del tema. • Reflexión sobre los aspectos de liderazgo y finanzas abordados en el desarrollo del plan. • Explicación de la aplicación práctica de estos conocimientos. 	<p>Realiza una presentación de su proyecto empresarial, que cumpla con algunos de los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyos visuales atractivos, claros y estructurados. • Contenido relevante, congruente y conciso. • Dominio del tema. • Reflexión sobre los aspectos de liderazgo y finanzas abordados en el desarrollo del plan. • Explicación de la aplicación práctica de estos conocimientos. 	25
			Total: 100 puntos	100%

Prácticas de bienestar

Práctica 1

Nombre de la práctica	Un momento para respirar
Descripción de la práctica	Aprender a respirar por la nariz y a tranquilizar tu mente.
Palabras clave	Fortalezas de carácter, autorregulación.
Instrucciones para el aprendiz	<p>La autorregulación, también conocida como autocontrol, es una fortaleza de carácter muy importante dentro de la psicología positiva. Este concepto implica regular lo que uno siente y hace, ser disciplinado, así como mantener un control sobre los apetitos y, especialmente, sobre las emociones.</p> <p>En la actualidad, vivimos situaciones muy estresantes que pueden desembocar en reacciones naturales e instintivas como estallar en ira. Las consecuencias de estas reacciones no sólo se quedan en nosotros, sino que también pueden llegar a afectar a terceros.</p> <p>A continuación, se presenta un ejercicio que te ayudará a cultivar la fortaleza de autorregulación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toma dos minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que te pueda distraer. 2. Escucha música de relajación (crea tu propio ambiente de meditación). 3. Comienza a respirar y exhalar por nariz. 4. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo. 5. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. <p>Así durante dos minutos. Te recomendamos que, si durante este periodo algún pensamiento llega a tu mente (como “olvidé algo en la oficina”, “más tarde tengo que hacer tal actividad”, etc.), sólo déjalo pasar y regresa a la concentración en tu respiración.</p> <p>Al finalizar los dos minutos sentirás paz en tu ser. Comienza a hacer este ejercicio de respiración y meditación todos los días y poco a poco irás aumentando los minutos de duración.</p>
Fuente	Conferencia Rosalinda Ballesteros.

Práctica 2

Nombre de la práctica	Fomentar la atención plena
Descripción de la práctica	Llevarás a cabo breves ejercicios de meditación para fomentar la atención plena en tus actividades diarias.
Palabras clave	Atención plena, fortalezas de carácter, autorregulación.
Instrucciones para el aprendiz	<p>La meditación es una herramienta que ayuda a mejorar el desempeño de cualquier persona, ya que fomenta el desarrollo de la atención plena en una sola actividad. Para fomentar la atención plena y lograr permanecer en una zona de concentración al realizar tus actividades cotidianas, puedes hacer los siguientes ejercicios de meditación:</p> <p>Encuentra, en algún momento del día, cinco minutos para ti, siéntate en un lugar cómodo donde no tengas distracciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Haz tres respiraciones profundas por la nariz y exhala por la nariz. 2. Comienza a hacer un repaso de tu día, de lo que más te acuerdes, por ejemplo, cuando te levantaste, ¿qué hiciste?, ¿desayunaste?, ¿te bañaste?, ¿diste los buenos días?, etcétera. Si desayunaste, ¿qué fue lo que desayunaste?, ¿te gustó?, ¿tomaste tu alimento despacio o apresuradamente? Si estabas apurado, ¿qué era lo que te tenía así? 3. Sigue meditando en lo que te acuerdes: ¿te molestase con alguien?, ¿por qué?, ¿qué fue lo que pasó?, ¿crees que era posible haber reaccionado de alguna manera más pacífica? <p>Con este ejercicio te darás cuenta de que reaccionamos o hacemos cosas de manera automática. Algunas veces, si estamos más conscientes y presentes, podemos tener otra actitud que no nos afecte demasiado.</p>
Fuente	Eby, D. (s.f.). <i>Creativity and Flow Psychology</i> . Recuperado de http://talentdevelop.com/articles/Page8.html

Práctica 3

Nombre de la práctica	Experiencias difíciles
Descripción de la práctica	En esta práctica podrás analizar las estrategias que seguiste para afrontar problemas y qué aprendiste de tales sucesos.
Palabras clave	Resiliencia.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Todos hemos pasado por situaciones complejas, no sólo en lo laboral, sino también en el ámbito familiar y personal. La manera en que cada uno enfrenta dichos obstáculos es muy diferente, algunas personas continúan con su vida sin problema alguno; a otras tantas se les complica esa transición, y también hay quienes no pueden sobreponerse a las experiencias difíciles.</p> <p>La resiliencia es la capacidad de reponerse tras la adversidad, de recuperarse después de vivir experiencias difíciles, dolorosas o traumáticas. Para algunos, la resiliencia implica no sólo salir adelante después de una situación muy dura, sino, incluso, crecer o ser mejor a raíz de esta experiencia (Tarragona, 2012).</p> <p>La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crea una tabla con tres columnas y cinco filas. 2. En la primera columna, escribe un evento difícil o desagradable al que te hayas enfrentado en tu vida. 3. En la segunda columna, menciona cuáles son tus creencias sobre esa adversidad. 4. En la tercera columna, describe las consecuencias que tiene esa creencia. 5. Cuando termines, lee toda la tabla y reflexiona sobre cómo te ha cambiado cada evento y cómo lo enfrentaste. 6. Escribe al final cómo enfrentarías cada evento hoy en día.
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología ABC. • Fundamentos de psicología positiva.

Práctica 4

Nombre de la práctica	Concentrarse en lo positivo
Descripción de la práctica	Analizarás sucesos que te hayan ocurrido recientemente, con la intención de orientar el análisis hacia las consecuencias positivas.
Palabras clave	Resiliencia y esperanza.
Instrucciones para el aprendiz	<p>¿Qué es lo primero que piensas cuando recibes una noticia inesperada?, o bien, ¿qué te imaginas cuando un acontecimiento complejo se presenta ante ti?</p> <p>La mayoría de las personas automáticamente se concentra en el peor de los escenarios, independientemente del tipo de noticia que reciban. Martin Seligman sugiere hacer un breve ejercicio para fomentar la resiliencia y la esperanza con base en la premisa antes señalada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Piensa en una noticia reciente que hayas recibido y que creas que es negativa para ti. 2. Luego de analizarla, haz una tabla con tres columnas. En la primera, señala cuál sería el peor de los escenarios posibles a partir de esa noticia; en la segunda columna, señala cuál sería el mejor de los escenarios posibles y, en la última, indica cuál es el escenario que realmente tiene mayor probabilidad de ocurrir. 3. Reflexiona sobre los tres escenarios, ¿cómo enfrentarías cada uno de ellos? <p>Procura repetir este ejercicio cada vez que sientas que te enfrentas a una situación complicada. Hacerlo te dará una perspectiva más amplia y te ayudará a cultivar tu resiliencia.</p>
Fuente	Seligman, M. (2011). <i>Building Resilience</i> . Recuperado de https://hbr.org/2011/04/building-resilience

Práctica 5

Nombre de la práctica	Crecimiento postraumático
Descripción de la práctica	En esta práctica harás un recuento de las situaciones difíciles a las que te has enfrentado y reflexionarás sobre lo positivo que surgió de ellas.
Palabras clave	Resiliencia.
Instrucciones para el aprendedor	<p>La resiliencia es la capacidad de reponerse tras la adversidad, de recuperarse después de vivir experiencias difíciles, dolorosas o traumáticas. Para algunos la resiliencia implica no sólo salir adelante después de una situación muy dura, sino, incluso, crecer o ser mejor a raíz de esta experiencia (Tarragona, 2012).</p> <p>La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escribe acerca de un momento cuando hayas afrontado una adversidad significativa o una pérdida. 2. Primero, escribe acerca de las puertas que se te cerraron debido a esa adversidad o pérdida, ¿qué perdiste? 3. Después, escribe acerca de las puertas que se abrieron al término o como secuela de esa adversidad o pérdida. 4. ¿Hay nuevas maneras de actuar, pensar o relacionarse más probables de suceder ahora?
Fuente	Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro <i>A Primer in Positive Psychology</i> de Christopher Peterson.

Práctica 6

Nombre de la práctica	La mejor versión de ti mismo
Descripción de la práctica	Escribir acerca de la mejor versión posible de uno mismo durante, al menos, 20 minutos.
Palabras clave	Emociones positivas, fortalezas de carácter, autorregulación y esperanza.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Imagina que, dentro de 20 años, ya has crecido en todas las áreas o maneras que te gustaría crecer y las cosas te han salido tan bien como te las imaginaste.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es esa mejor versión de ti mismo? • ¿Qué hace él o ella cotidianamente? • ¿Qué dicen los demás acerca de él o ella? <p>No es necesario que compartas este escrito, ya que el objetivo de esta reflexión es enfocarse en la experiencia que viviste mientras reflexionabas en esa mejor versión posible de ti mismo.</p>
Fuente	Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro <i>A Primer in Positive Psychology</i> de Christopher Peterson.

Práctica 7

Nombre de la práctica	Obtener lo que quieres
Descripción de la práctica	Reflexionar sobre alguna meta que se desea alcanzar y proponer una forma de conseguirla.
Palabras clave	Logro, involucramiento, fortalezas de carácter, esperanza, autorregulación, metas y objetivos a largo plazo.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Tener una idea clara de lo que deseas lograr a corto, mediano y largo plazo es de suma importancia, pues te ayuda a seguir un camino trazado previamente. Para que puedas generar esta guía, responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué quieres lograr? Al trazar tu meta, procura que esta sea específica, medible, alineada, realista, retadora y con una fecha para lograrla. Piensa en algo y utiliza el método SMART para definirla. 2. ¿Qué te impide que lo tengas en este momento? 3. ¿Qué sufrimiento estás experimentando en tu vida por no tenerlo en este momento? 4. ¿Qué placer, involucramiento, relación, significado o logro tendrías en tu vida si tuvieras eso en este momento? 5. ¿Qué hábitos te detienen o no te dejan avanzar hacia eso que quieres? 6. ¿Qué nuevos hábitos podrías generar para ayudarte a obtener lo que quieres? 7. ¿Qué dos cosas podrías hacer para romper con los hábitos que no te permiten avanzar hacia lo que quieres y generar hábitos nuevos? 8. ¿Te comprometes a hacer esas dos cosas? Si es así, ¿cuándo las harás? <p>Escribe tus resultados en un sitio donde puedas verlos constantemente.</p>
Fuente	Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro <i>A Primer in Positive Psychology</i> de Christopher Peterson.

Práctica 8

Nombre de la práctica	Felicidad en el trabajo
Descripción de la práctica	Reflexionar sobre las distintas dimensiones de la vida cotidiana, y enfocar el análisis en cómo fomentar un estado de ánimo y relaciones positivas en el ámbito laboral.
Palabras clave	Involucramiento, emociones positivas, relaciones positivas.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Elegir conscientemente maneras de incrementar la felicidad en el trabajo puede hacer la diferencia en cómo nos sentimos y qué tan bien nos desempeñamos. En lugar de quejarnos del trabajo, ¿por qué no pensar en cómo podemos obtener mayor felicidad de lo que hacemos?</p> <p>Estar más involucrados en lo que hacemos contribuye a nuestra felicidad y bienestar, y nos lleva a un mejor desempeño y productividad. A manera de reflexión, responde las siguientes preguntas que están enfocadas en distintas dimensiones de tu vida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar: ¿cómo estoy apoyando a mis colaboradores, compañeros, líderes, proveedores y clientes? • Relaciones: ¿cómo puedo mejorar mis relaciones en el trabajo?, ¿cómo logro un balance entre la vida laboral y familiar? • Ejercicio: ¿cómo puedo integrar la actividad física dentro de mis actividades diarias?, ¿cómo aseguro que estoy comiendo bien y descansando lo suficiente? • Conciencia: ¿cómo puedo construir momentos de atención plena en mi día laboral? • Ensayo: ¿qué habilidades estoy construyendo?, ¿qué cosas nuevas he experimentado? • Dirección: ¿cuáles son mis metas laborales hoy, esta semana o este año?, ¿cómo caben éstas dentro mis metas de vida?, ¿cómo contribuyen a desarrollar mis competencias en la construcción de mis relaciones? y ¿cómo me motivó lo anterior a ayudar a otros?, ¿cómo se pueden alinear mis metas laborales con las de mi equipo y la organización? • Resiliencia: ¿cuáles son mis tácticas para lidiar con los retos difíciles en el trabajo?, ¿me estoy enfocando en lo que puedo controlar?, ¿necesito pedir ayuda a otros?, ¿hay alguien a mi alrededor que requiera de mi ayuda? • Emoción: ¿qué cosas que me pueden hacer sentir bien en mi trabajo, aunque sean pequeñas, puedo encontrar hoy?, ¿qué me ha hecho sonreír?
Fuente	Tomado del Catálogo de actividades para profesores.

Práctica 9

Nombre de la práctica	Interacciones positivas
Descripción de la práctica	Reflexionar sobre las cualidades positivas que se aprecian en las personas con quienes se interactúa diariamente.
Palabras clave	Relaciones positivas.
Instrucciones para el aprendedor	<p>Puedes obtener mayor gozo de los momentos que compartes con tus colegas, si te tomas el tiempo para pensar en lo que valoras y aprecias de ellos. Diversas investigaciones muestran que enfocarse en lo positivo que sucede diariamente ayuda a incrementar nuestra felicidad y lo mismo aplica a todas nuestras relaciones cercanas.</p> <p>El psicólogo John Gottman (2016) sugiere que, para tener relaciones felices con alguna persona, es necesario aspirar a tener cinco interacciones positivas por cada interacción negativa. Enfócate en tus compañeros y/o colegas y piensa en las siguientes preguntas. En cada caso, anota ejemplos específicos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué te atrajo de tus compañeros cuando se conocieron? 2. ¿Qué cosas han disfrutado hacer juntos? 3. ¿Qué cosas realmente aprecias de ellos en este momento? 4. ¿Cuáles son sus fortalezas? <p>Ahora, lo más importante es que cuando estés con tus compañeros te tomes el tiempo para darte cuenta y reconocer estas cualidades, sus fortalezas y las acciones que realmente aprecies de ellos, así como los momentos agradables que han compartido.</p> <p>Piensa en estas declaraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Realmente me encanta cuando ellos...”. • “Son tan buenos para...”. • “Viéndolos hacer..., me recuerda ese fantástico día cuando nosotros...”. <p>Aunque realizar dicho análisis con todas las personas que conoces resulta poco práctico, puedes usar los mismos principios para mejorar tus relaciones en general. Por ejemplo, antes de pasar tiempo con alguien tómate un momento para pensar en aquellas cosas que te gustan, aprecias o admiras de esa persona o cómo te hacen sentir bien. Asimismo, después de pasar tiempo con esa persona, piensa en las cosas que apreciaste o lo que disfrutaste del tiempo que pasaron juntos.</p>
Fuente	Basado en el Catálogo de actividades para profesores.

Práctica 10

Nombre de la práctica	Las fortalezas se muestran en nuestras historias
Descripción de la práctica	Reflexionar sobre las fortalezas de carácter que se aplican en una situación determinada.
Palabras clave	Fortalezas de carácter.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Antes de comenzar el ejercicio, ¿sabes cuáles son las fortalezas de carácter? Consulta la descripción de las 24 fortalezas de carácter en la siguiente liga:</p> <p>El siguiente enlace es externo a la Universidad Tecmilenio, al acceder a este considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.</p> <p>http://www.viacharacter.org/www/Character-Strengths/VIA-Classification</p> <p>Luego de que leas cuáles son las fortalezas de carácter, realiza lo que se pide a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describe detalladamente, mediante un texto, una anécdota en la que hayas llevado a cabo alguna acción de la mejor manera posible, o bien, que hayas actuado por encima de lo ordinario. Procura enfocarlo al entorno laboral. Puede ser cualquier suceso que te haya marcado por la manera en que te desenvolviste. 2. Señala en tu descripción: ¿qué ocurrió?, ¿qué papel jugaste en el suceso?, ¿qué acciones llevaste a cabo que fueron de utilidad para ti y para los demás? 3. Luego de que hayas terminado de escribir, lee tu texto y subraya las palabras y oraciones que te den una idea sobre cómo usaste cualquiera de las 24 fortalezas de carácter. 4. Observa y clasifica cuáles son las fortalezas que usaste en tu anécdota. Reflexiona sobre el impacto que estas pueden tener en tu desempeño cotidiano.
Fuente	<p>Niemiec, R. (2016). <i>How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth</i>. Recuperado de https://www.psychologytoday.com/us/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth</p>

Práctica 11

Nombre de la práctica	Tus fortalezas en los ojos del otro
Descripción de la práctica	Reflexionar sobre la percepción que otros tienen sobre las fortalezas de carácter propias.
Palabras clave	Fortalezas de carácter.
Instrucciones para el aprendiz	<p>¿Recuerdas alguna ocasión en la que hablaste con algún colega y éste te haya revelado algo positivo que piensa de ti? Cuando esto ocurre, usualmente deja huella en nuestros comportamientos y acciones, pues nos damos cuenta de que las personas tienen percepciones sobre nuestras fortalezas que nosotros mismos no vislumbramos. Haz lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Piensa sobre alguna vez que algún compañero de trabajo te haya dicho algo que piensa de ti que te haya sorprendido. 2. Piensa en lo siguiente: ¿qué fue lo que te llamó más la atención?, ¿qué fortalezas vio en ti que pensaste que no tenías tan desarrolladas? 3. Por último, señala en un texto por qué consideras que esta revelación te causó tanto impacto, así como la manera en que te ayudó a cultivar tus fortalezas de carácter.
Fuente	Niemiec, R. (2016). <i>How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth</i> . Recuperado de https://www.psychologytoday.com/us/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth

Práctica 12

Nombre de la práctica	Plantear objetivos como metas de aproximación y replantear metas de evitación
Descripción de la práctica	Con base en lo que plantea Grenville (2012), en la práctica podrás definir diferentes tipos de metas y encontrar la mejor manera de conseguirlas.
Palabras clave	Objetivos, metas y planes.
Instrucciones para el aprendiz	<p>La autora Bridget Grenville-Cleave (2012) comenta que, al establecer metas, es importante distinguir los tipos de metas que hay y menciona dos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metas de aproximación (approach): son las metas con resultados positivos (deseables, placenteros, benéficos o que nos gustaría tener) y hacia las cuales trabajamos. 2. Metas de evitación (avoidance): son las metas con resultados negativos (indeseables, dolorosos, dañinos, o que nos disgustan) y que trabajamos para evitarlas. <p>Ejemplo:</p> <p>Meta de aproximación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser más eficiente. • Ser amigable y extrovertido en reuniones. • Asumir el rol de líder en el trabajo. <p>Meta de evitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dejar de aplazar. • Dejar de ser tan tímido en las reuniones. • No pasar desapercibido en el trabajo. <p>Las investigaciones que se han realizado respecto a estos tipos de metas muestran que enfocarse en las metas de evitación resulta en un detrimento del bienestar. Estos descubrimientos sugieren que el establecer metas de aproximación o replantear las metas de evitación es benéfico.</p> <p>Reflexiona lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de metas te has planteado tú? • ¿Hay algunas metas que puedas replantear en una forma más positiva? • ¿Cuándo las tendrás listas?
Fuente	Grenville, B. (2012). <i>Goal-Setting Secrets</i> . Recuperado de http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696