

IDENTIFICACIÓN:

FACULTAD: CIENCIAS SOCIO ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.

PROGRAMA ACADÉMICO: TECNOLOGÍA EN GESTIÓN COMERCIAL.

NOMBRE DEL MÓDULO/CURSO: TIEMPOS Y MOVIMIENTOS COMERCIALES.

Modalidad: Presencial: Virtual:

Tipo módulo/curso: General	Teórico. <input checked="" type="checkbox"/>	Práctico. <input type="checkbox"/>	Teórico Práctico. <input type="checkbox"/>	Semestre académico:	IV
--------------------------------------	---	---	---	----------------------------	-----------

CRÉDITOS: 8

TTD: 64 Horas

TTI: 320 Horas

Código Módulo/curso: TMG411V

Requisitos y Correquisitos: Gestión Investigativa para la Toma de Decisiones

FECHA DE ELABORACIÓN:
03/07/2020

VERSIÓN: 01

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

JUSTIFICACIÓN:

El Módulo de Tiempos y Movimientos Comerciales, está ubicado en el Cuarto Semestre del Programa de Tecnología en Gestión Comercial, en Modalidad Virtual, que pertenece, a la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales.

En un mundo globalizado como el actual, una de las problemáticas de mayor preocupación, es la optimización de los recursos, que se disponen en todo proceso productivo, de bienes o servicios. Para el Programa, el Módulo de Tiempos y Movimientos Comerciales, constituye un Módulo Integrador de gran incidencia, para la toma de decisiones, en cualquier organización, y le permitirá al estudiante, desarrollar habilidades, para diseñar y ejecutar estrategias, y herramientas de comercialización, a fin de afianzar la participación, de la empresa en el mercado.

Para la construcción de este conocimiento, se partirá de un análisis interno y un análisis externo, que pondrá en contexto la realidad de la empresa, y será la base para formular las estrategias más adecuadas, con el fin de aprovechar las oportunidades del entorno, y las fortalezas de las diferentes áreas, de la misma; así como mitigar el impacto de las amenazas externas, y debilidades que pueden presentarse en su interior; y luego se procederá, a elaborar un presupuesto de operación, con el fin de estimar los ingresos, gastos y costos, que generará la estrategia, y finalmente; se realizará un análisis, y mejora de los métodos y los tiempos, involucrados en los procesos comerciales.

Este Módulo aportará, a la formación del perfil profesional, y a su formación integral, porque brinda las herramientas necesarias para analizar, operar, y mejorar, la gestión de ventas, a través del análisis interno, análisis externo, el perfilamiento de las estrategias, los presupuestos y el análisis de los métodos y tiempos comerciales, que ayudarán a mejorar las técnicas de exhibición comercial, en los puntos de venta, propiciando mayor eficiencia en los procesos, mayor eficacia en las ventas, y por ende; mayor productividad, del área comercial.

Finalmente, Tiempos y Movimientos Comerciales, satisfacer las necesidades detectadas, a escala nacional y regional, pues orienta sobre el aumento de la productividad, y la reducción de los costos por unidad, permitiendo una mayor producción de bienes y servicios; en esa medida, responderá a las tendencias disciplinarias actuales.

PROBLEMA(S) A RESOLVER:

¿Cómo formular estrategias de comercialización efectivas, para mejorar la participación de la empresa en el mercado, a partir del análisis de los tiempos y movimientos comerciales, involucrados?

COMPETENCIA(S) ESPECIFICA(S):	CRITERIOS DE EVALUACIÓN:
<p>1. Formula Estrategias, y considera las herramientas de comercialización, a fin de fortalecer, la participación de la empresa, en el mercado.</p>	<p>Realizar el análisis, del ambiente interno, y externo, de una empresa comercial, para mejorar la gestión de ventas.</p> <p>1.1. Definir estrategias de comercialización efectivas, de acuerdo a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, identificadas.</p> <p>1.2. Elaborar un presupuesto de operación, con todos los rubros requeridos, para la ejecución de las estrategias de comercialización, definidas.</p> <p>1.3. Analizar y mejorar, los procesos comerciales, para aumentar la productividad, y mejorar la competitividad, de la empresa en el sector, a partir de los tiempos y movimientos, involucrados.</p>
COMPETENCIA(S) GENÉRICA(S):	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>2. AUTONOMÍA EN EL APRENDIZAJE:</p> <p>Evalúa su proceso de aprendizaje, con el fin de establecer estrategias de mejora, de tal manera, que se garantice el cumplimiento, de sus propósitos de formación, y las responsabilidades asumidas.</p>	<p>2.1 Definir estrategias, para generar una cultura, de seguimiento y autoevaluación, de acuerdo con su planeación de estudio.</p> <p>2.2 Utilizar métodos y herramientas, para valorar su propio trabajo, en relación con las metas, esperadas.</p> <p>2.3 Cumplir con las tareas, y actividades de aprendizaje, de acuerdo con su planeación.</p>
<p>3. COMUNICACIÓN EN LENGUA MATERNA Y EXTRANJERA:</p> <p>Analiza los géneros académicos, de los procesos y situaciones, para expresar ideas y conceptos de manera oral, para lograr que las personas, comprendan la importancia de los requerimientos comunicativos, en cada situación de la vida profesional.</p>	<p>3.1 Redactar géneros académicos, en los cuales analiza, procesos y situaciones de la vida, acorde con normas sintácticas y semánticas, de la lengua materna, y/o extranjera</p> <p>3.2 Expresar ideas y conceptos, de forma oral en lengua materna y extranjera, logrando que las personas comprendan el mensaje, que quiere transmitir, considerando los requerimientos, comunicativos de cada situación.</p> <p>3.4 Aplicar distintas estrategias comunicativas, según quiénes sean los interlocutores, el contexto en el que se encuentra, y los objetivos que persigue.</p> <p>3.5 Identificar las ideas claves, en un texto o discurso</p>

	<p>oral, e inferir conclusiones, y a partir de ellas, tanto en lengua materna, como extranjera.</p> <p>3.6 Se comunicará con respeto y cordialidad, con otras personas, considerando los retos de las diversas situaciones sociales, sin diferencia de lengua.</p>
<p>4. ECO-COMUNIDADES DE APRENDIZAJE:</p> <p>Potencia las capacidades, y la productividad del equipo de trabajo, a partir del conocimiento de sus dinámicas internas, sus habilidades y recursos, para la comunicación, y consecución de objetivos comunes.</p>	<p>4.1 Reconocer los códigos, que hacen posible, el lenguaje multimedia, teniendo en cuenta, los diferentes medios, para la comunicación, en ambientes de aprendizaje.</p> <p>4.2 Desarrollar hábitos de disciplina, trabajo individual y en equipo, teniendo en cuenta, las características, del entendimiento interpersonal.</p> <p>4.3 Se comunicará, con sus docentes y compañeros de forma efectiva, en el desarrollo de las actividades de aprendizaje, teniendo en cuenta, las orientaciones dadas.</p> <p>4.4 Domina los aspectos no verbales, que contribuyen a la construcción del sentido, y a la buena transmisión de la información, así como ser capaz de construir textos escritos con estilo propio, con profundidad y respeto, por los derechos de autor.</p>
<p>5. GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DIGITAL:</p> <p>Gestiona la información relacionada, con un determinado proceso de la realidad, con el fin de generar comprensión y conocimiento, teniendo como referencia los retos del contexto, las herramientas de planificación, y las tecnologías de la información y la comunicación. (TIC).</p>	<p>5.1 Identificar los requerimientos de información, y de conocimiento en el contexto, de acuerdo con una determinada meta.</p> <p>5.2 Examinar y comparar la información de distintas fuentes, teniendo en cuenta, si se trata de información confiable, valida, de actualidad, de autoridad académica, y oportuna.</p> <p>5.3 Interpretar la información para comprenderla, y generar conocimiento, que le posibilitará actuar de forma, integral y ética, ante las situaciones y problemas.</p> <p>5.4 Comparar el nuevo conocimiento, con el conocimiento previo, y determinar el valor añadido, utilizando contradicciones, o analogías.</p> <p>5.5 Realizar actividades colaborativas, mediante el uso herramientas de la información y comunicación. (TIC).</p> <p>5.6 Procesar la información, y la utilizar con un alto compromiso ético, de acuerdo con los diversos retos, que se presentan en este campo.</p>

ESTRATEGIA METODOLÓGICA:

En atención al paradigma socio crítico, el enfoque constructivista socio cultural cognitivo, y el modelo de formación por competencias, que sustenta el PEI Uteísta y el Modelo Pedagógico, se selecciona la metodología activa para el aprendizaje (MAA, Basada en Proyectos, por considerarse pertinente para la promoción de la autovaloración, y autorregulación del estudiante, sin menoscabo de la utilización de otras metodologías, que resulten pertinentes, según el área del conocimiento.

En el ámbito de las UTS, se entiende por metodología para el aprendizaje, la forma de planificar, administrar, y dirigir la práctica educativa, acentuando aquellos aspectos que, además de sustentar el proceso didáctico, ayuden a enriquecer los conocimientos generales, o profesionales del participante mediante, el aprender a aprender, el desarrollo autónomo, y la formación integral (Educrea, 2018, párr. 19).

La propuesta metodológica, se desarrollará totalmente bajo la modalidad e-learning, a través de la Plataforma de Aprendizaje, sobre la cual se soporta, todo el proyecto virtual de las Unidades Tecnológicas de Santander, como apoyo al proceso de enseñanza y aprendizaje, se utilizarán herramientas externas tipo web 2.0, que facilitarán la consecución, de algunos de los objetivos de aprendizaje, formulados.

Lo anterior, proporciona un espacio y soporte digital, para que la metodología del aprendizaje basado en proyectos, utilizada en este Módulo, sea una realidad. La propuesta se centrará en la construcción, por parte de un grupo de expertos temáticos, de un problema que es reflejo de la realidad, y del contexto laboral más cercano, a los estudiantes.

A partir de esta propuesta, se desencadenar todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, de la UTS Virtual, con actividades contextualizadas, didácticas y lúdicas, orientadas al desarrollo y formación, en competencias específicas, que consolidarán el perfil, del estudiante UTEISTA.

Continuando, el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPr), es una metodología definida por el Buck Institute for Education como “un método sistemático de enseñanza que compromete a los estudiantes en conocimientos esenciales y en habilidades que mejoran su vida a través de un proceso de indagación prolongado y autodirigido, estructurado alrededor de preguntas auténticas y complejas y de productos y tareas cuidadosamente diseñadas.

Corredor, Pérez y Arbeláez (2009, p. 183), destacan las siguientes características del ABPR:

1. Parte de las concepciones previas, de los estudiantes.
2. Los contenidos de los proyectos, son relevantes para los estudiantes, puesto que se vincularán, con las situaciones reales..
3. Integrar actividades teóricas, prácticas, técnicas, y tecnológicas.
4. Favorecer el tratamiento de temas de forma interdisciplinaria, y el trabajo colaborativo, de los estudiantes.
5. Facilitar, la valoración de los niveles de conocimiento de los alumnos, el desarrollo de habilidades, y la detección de actitud, de valores.
6. Permitir la identificación inmediata, de dificultades durante el proceso, y la definición de planes de mejora, que posibiliten seguir adelante.
7. Facilitar la interrelación de tareas, puesto que exigirá el tratamiento de un tema, en forma interdisciplinaria.
8. Las actividades para el desarrollo de los proyectos, favorecerán, entre otros procesos, la búsqueda de la información, la construcción de conceptos, evidenciar competencias en escenarios reales, resolver problemas, asumir tareas de la vida profesional, entre otras.
9. Promover la evaluación con base a evidencias (portafolios, diarios, grabaciones, entre otros).
10. Demandar un trabajo, y un esfuerzo colaborativo.

En esta vía, en el desarrollo del Módulo se propondrá, la siguiente ruta:

FASE 01: también llamada, la fase del reconocimiento. Abordará la identificación de los elementos del aula virtual, la conformación de equipos de trabajo, y un primer acercamiento a la solución, previo a la socialización, del problema propuesto.

FASE 02: recibe el nombre, de fase de desarrollo. En esta fase, se propondrá y ejecutar las etapas para solucionar el problema, se propiciará la construcción, y renegociación colectiva de significado, y se hará entrega, del desarrollo del proyecto, (trabajo escrito).

FASE 03: tipificada como la fase de la consolidación. Esta fase propiciará el intercambio de saberes, con el fin de perfeccionar, y enriquecer los entregables anteriores, y se hará la sustentación individual, que dará cuenta de la apropiación de saberes, y del aporte de cada miembro, del equipo.

Finalmente, esta propuesta metodológica, abordará tres unidades temáticas: Análisis del Ambiente Interno y Externo, de la gestión de ventas, El Presupuesto y Métodos y Tiempos, conformando la apuesta pedagógica diferenciadora, e Institucional de la UTSVirtual.

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN:

*Fases:	Tipo de evaluación:	Momentos:	Evidencia:	Porcentajes:
Reconoce (1 semana)	Autoevaluación	Inicial, de tipo diagnóstica	Identificación de la problemática	2%
Ponderado Fase Reconoce:				2%
Desarrolla. (7 semanas).	Heteroevaluación.	Durante, de tipo formativa.	Alternativas, de solución de la problemática, evaluación, y decisión. Propuesta del plan de trabajo.	20%
			Ejecución, del plan de trabajo.	30%
			Evaluación, de los resultados obtenidos, en las fases precedentes. Construcción, del informe final, y de la sustentación.	10%
Ponderado Fase Desarrolla				60%
Consolida (2 semanas)	Coevaluación Heteroevaluación	Al finalizar, de tipo sumativa	Sustentación individual	20%
			Presentación del informe final	18%
Ponderado Fase Consolida				38%

Total Ponderado:

100%

SABERES POR UNIDAD/SECCIÓN/FASE:

Unidad / tiempo:	Conceptuales:	Procedimentales:	Actitudinales:
<p>Unidad N° 1 Análisis del Ambiente Interno y Externo de la Gestión de Ventas. (2 semanas).</p>	<p>1.1 Efectos del ambiente interno, en un contexto organizacional. 1.2 Definición de Metas, 1.3 Definición de Objetivos. 1.4 Análisis de recursos financieros 1.5 Análisis, de la capacidad productiva. 1.6 Efectos del ambiente externo en un contexto empresarial: Marco económico,, sociocultural, legal, político y ambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de una matriz de análisis interno, de áreas o departamentos VS fortalezas (F), o Debilidades (D, para una empresa, comercial con el fin de identificar, las fortalezas, y las debilidades, internas. • Elaboración, de una matriz de Factores Externos, VS Oportunidades (O) o Amenazas (A), con el fin de analizar, las variables económicas, socioculturales, legales, políticas, y ambientales, que puedan afectar, positiva o negativamente, la gestión de ventas. • Configuración, de una matriz DOFA, con la información, del análisis interno, y el análisis externo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación a la Proactividad, para investigar, variables económicas, socioculturales, legales, políticas y ambientales, que puedan afectar positiva, o negativamente, la gestión de venta. • Buscar soluciones efectivas, considerando reglas, instrucciones y procedimientos impartidos, por su docente. • Puntualidad, y responsabilidad, en la entrega, de trabajos.
<p>Unidad: N° 2 El presupuesto. (3 semanas).</p>	<p>2.1 Concepto de presupuesto: 2.1.1 Clasificación, de los presupuestos. 2.1.2 Metodología, para la elaboración, de un presupuesto. 2.1.3 Presupuesto de operación. 2.1.4 Presupuesto Financiero. 2.1.5 Presupuesto Maestro. 2.1.6 Presupuesto de efectivo. 2.1.7 Estados financieros, presupuestados,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de la metodología, para la elaboración, de los presupuestos, en el área comercial. • Elaboración, de un presupuesto de operación, para el área de mercadeo. • Realización, de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación a la Proactividad, para investigar, sobre los tipos de presupuesto, y su aplicación, en el ámbito empresarial. • Puntualidad y responsabilidad,

		proyección de estados financieros, para un período, tiempo, determinado de acuerdo, a la técnica, de estimación vista, en clase.	en la entrega, de trabajos.
<p>Unidad N° 3</p> <p>Métodos y Tiempos (2 semanas).</p>	<p>3.1 Estudio general del proceso.</p> <p>3.2 Estudio de Tiempos.</p> <p>3.3 Línea de producción.</p> <p>3.4 Balanceamiento de línea.</p> <p>3.5 Ensamble.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagramación, del proceso comercial o logístico actual, a través del flujo grama, y el diagrama, de recorrido. • Realización, del cronometraje, o toma de tiempos, a las divisiones, o elementos básicos de trabajo, de la labor comercial. • Realización del estudio de métodos y tiempos a la labor comercial de la empresa seleccionada. • Elaboración, del diagnóstico, del proceso comercial o logístico, a través de la matriz de proceso. • Formulación, de un plan de mejoramiento, al proceso, comercial o logístico actual. • Elaboración, del diagrama de flujo, y el diagrama de recorrido, para el proceso comercial, o logístico mejorado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación a la Proactividad, para investigar, sobre lo procesos, sus actividades, los diagramas usados, para el análisis, y mejoramiento, de procesos, y su simbología. • Responsabilidad, para elaborar, el diagnóstico, del proceso comercial, o logístico haciendo, del estudio de métodos, y tiempos. • Puntualidad, y responsabilidad, en la entrega, de trabajos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A., D., S., K. (2016). Desarrollo de habilidades directivas. (9a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=3368>
- Constanza, M., Parra, R., María, L. (2016). Presupuestos. (2a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4691>
- Huerta, J., Rodríguez, G. (2014). Desarrollo de habilidades directivas. (2a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=3622>
- Kotler, P. (2016). Dirección de marketing. (15a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4273>
- J., L., P., L., K., M. (2013). Administración de operaciones. (10a. ed.) Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=3670>
- Fernando, D. (2019). Liderazgo y atributos gerenciales, Una visión global y estratégica. Pearson Educación. Tomado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=7296>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

WEBGRAFÍA:

- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. 6ª edición. Editorial McGraw-Hill. Recuperado de: https://www.academia.edu/12432982/PRESUPUESTOS_LIBRO_JOSE_BURBANO_6EDICION
- Fagilde, C. (2009). Presupuesto Empresarial. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/JhoseffRodríguez/libro-3manualdepresupuestoempresarial-1>
- Ingeniería Industrial online (2019). Recuperado de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/ingenier%C3%ADa-de-metodos/>
- González, C. (2016). *El Presupuesto*. 10ª edición. [E-Book PDF]. Recuperado de: <http://librosayuda.info/2016/06/24/el-presupuesto-cristobal-del-rio-gonzalez-ebook/>
- Reyes, E. (2017). Gerencia Estratégica. Recuperado de: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1334/Gerencia%20estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivanedeira, M. (2015). *La elaboración de presupuestos en empresas manufactureras*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1376/#indice>

Welsch G. (2005). *Presupuestos: planificación y control*. 6ª edición. México. Editorial Pearson Educación. Recuperado de: <https://issuu.com/lauralima90/docs/libro-de-presupuestos>.

MEDIOS AUDIOVISUALES:

Calderón, J. (7 de mayo de 2014). Como elaborar un presupuesto de producción. Parte 1. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=93MuNka3ej4>

Excel aprende (21 de octubre de 2015). Presupuesto de ventas en Excel. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=nS0StSvekJI>

Excel y más. (12 de octubre de 2014). Creando un Presupuesto. [Archivo de video]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ttt00-atXto>

SOFTWARE, AULAS VIRTUALES Y OTROS ESPACIOS ELECTRÓNICOS:

Audacity: Permite editar gratis archivos de audio en todos los formatos multimedia. Con este programa se pueden importar archivos de sonido y música, así como agregar efectos a las pistas de audio y unir, por ejemplo, canciones o podcasts. Existe una versión de Audacity Portable, y el programa también está disponible para Mac. <https://www.audacityteam.org/>

Canva: Aplicación de diseño gráfico con la cual se pueden crear carteles, mapas mentales, cubiertas, wallpapers, flyers, banners, carteles, publicaciones para Facebook, etcétera. <https://www.canva.com/>

Filmora: Programa para editar vídeos de YouTube con más de 300 efectos y música libre de derechos de autor. <https://filmora.wondershare.com/es/youtube-video-editing/youtube-banner-makers.html>

MindMap: Permite crear mapas mentales de apariencia ordenada en el navegador sin necesidad de una conexión a internet. Se pueden agregar imágenes, enlaces y videos. <https://mindmapmaker.org/>

Powtoon: Se utiliza para crear presentaciones y vídeos animados a fin de mejorar las presentaciones y compartirlas fácilmente en redes sociales. <https://www.powtoon.com/home/?>

StormBoard: Es una herramienta web que permite realizar brainstorming de forma colaborativa. Su versión gratuita admite hasta un grupo de cinco usuarios. <https://www.stormboard.com/>

Unidades Tecnológicas de Santander. (2018). 5 MOOC Procesos de Lectura y Escritura. Recuperado de: <http://educacionvirtual.uts.edu.co/moocs/LECTURA%20Y%20ESCRITURA.html>

EQUIPOS Y MATERIALES:

N/A.

LABORATORIOS Y/O SITIOS DE PRÁCTICA:

