


TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN
 TERAPIA FÍSICA
 ÁREA TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR
 EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

ASIGNATURA DE COMERCIALIZACIÓN

1. Competencias	Colaborar en la administración de los centros de bienestar considerando los recursos disponibles, los procedimientos terapéuticos establecidos y la normatividad aplicable, para contribuir a su rentabilidad y satisfacción del cliente/paciente.
2. Cuatrimestre	Quinto
3. Horas Teóricas	40
4. Horas Prácticas	20
5. Horas Totales	60
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	4
7. Objetivo de aprendizaje	El estudiantado implementará acciones de comercialización y fidelización acorde a las características de los servicios y productos, proceso y técnicas de venta y características del cliente/paciente, para contribuir a la rentabilidad y posicionamiento del centro de salud y bienestar.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Proceso de comercialización de productos y servicios.	20	20	40
II. Seguimiento al cliente.	10	10	20
Totales	30	30	60


ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

COMERCIALIZACIÓN


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	I. Proceso de comercialización de productos y servicios.
2. Horas Teóricas	20
3. Horas Prácticas	20
4. Horas Totales	40
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El estudiantado determinará el proceso de venta de productos y servicios en centros de salud y bienestar para el cumplimiento de metas de la organización.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción a la comercialización	<p>Describir los conceptos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercadotecnia. - Comercialización. - Comunicación comercial. - Mercado. - Productos y servicios. - Promoción de ventas. - Benchmarking. 		<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p>

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Ventas.	<p>Describir la definición de la promoción de ventas así como su importancia en los centros de salud y bienestar.</p> <p>Identificar las características de un vendedor eficiente y de un Community Manager.</p> <p>Identificar los tipos de venta en los centros de salud y bienestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Venta directa. -Venta por teléfono. -Venta On line. -Ventas en redes sociales. <p>Identificar las fases de la venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pre- venta *Venta *Post Venta. 	Proponer tipo de venta de acuerdo a los productos y servicios del centro de salud y bienestar.	<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p>

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

COMERCIALIZACIÓN

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico de un centro de salud y bienestar, el estudiantado entregará un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tipo de venta considerando los productos y servicios. -Proceso de venta de productos y servicios. -Técnica de venta a implementar. -Actividades de promoción de ventas. - Justificación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los conceptos relacionados con la comercialización. 2. Identificar la definición de la promoción de ventas, su importancia en centros de salud y bienestar. 3. Analizar las características de un vendedor eficiente y las fases de la venta. 4. Identificar el proceso de ventas y técnicas de ventas AIDA. 5. Identificar las actividades y oportunidades de promoción de ventas. 	<p>Lista de cotejo. Caso práctico.</p>

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


COMERCIALIZACIÓN

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación. Ejercicios prácticos. Simulación.	Pintarrón. Equipo audiovisual. Internet.

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X	X	


ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

COMERCIALIZACIÓN


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de aprendizaje	II. Seguimiento al cliente.
2. Horas Teóricas	10
3. Horas Prácticas	10
4. Horas Totales	20
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El estudiantado propondrá acciones de fidelización del cliente/paciente para coadyuvar a la comercialización y posicionamiento del centro de salud y bienestar.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Servicios Postventa.	Describir los tipos y características del servicio postventa.	Proponer estrategias de servicio postventa.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable Creativo Dinámico

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fidelización del cliente.	<p>Identificar el concepto e importancia de un programa de fidelización de cliente/paciente.</p> <p>Describir la estructura y objetivo del programa de fidelización de cliente/paciente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Descripción del centro de salud y bienestar. -Descripción del programa. -Características del cliente/paciente leal. -Estructura de comunicación con el cliente/paciente leal. -Descripción de premios y beneficios para el cliente/paciente leal. 	Proponer acciones de fidelización del cliente en centros de salud y bienestar.	<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p>
Mercadotecnia relacional y de servicios.	Describir el propósito, la importancia, las etapas y los tipos de estrategia de mercadotecnia relacional para un centro de salud y bienestar.	Diseñar estrategias de mercadotecnia relacional para el centro de salud y bienestar.	<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p>

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

COMERCIALIZACIÓN

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico, de un centro de salud y bienestar, el estudiantado elaborará una propuesta de mercadotecnia relacional del cliente/paciente que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Descripción del centro de salud y bienestar. - Acciones de postventa. -Acciones de Fidelización del cliente -Acciones de mercadotecnia relacional. -Características de las love marcs. -Características del cliente/paciente leal. -Estrategias de comunicación con el cliente/paciente leal -Propuesta de premios y beneficios para el cliente/paciente leal. - Justificación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los tipos y características del servicio postventa. 2. Comprender la estructura y objetivo del programa de fidelización del cliente. 	<p>Lista de cotejo. Proyecto.</p>

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


COMERCIALIZACIÓN

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Tareas de investigación. Equipos colaborativos. Análisis de casos.	Pintarrón. Equipo audiovisual. Internet.

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X	X	

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


COMERCIALIZACIÓN

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA


Capacidad	Criterios de Desempeño
Estructurar la planeación operativa de centros de bienestar considerando los recursos disponibles, la programación de actividades, políticas y normatividad aplicable, para el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.	<p>Elabora un plan operativo alineado a los protocolos y normativa aplicable, que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal requerido. - Determinar materiales y equipo requeridos. - Instalaciones. - Agenda de servicios: <ul style="list-style-type: none"> *Cabina. *Equipo. *Horario. *Terapeuta. *Terapia. - Estándares y normatividad aplicable. - Protocolos: <ul style="list-style-type: none"> *Recepción. *Valet. *Terapeuta.
Formular estrategias de comercialización de servicios y productos mediante técnicas de ventas y de promoción, para contribuir a la rentabilidad del centro de bienestar.	<p>Realiza un programa de mercadotecnia de servicios y productos de SPA que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de promoción de productos y servicios, que se refleje la lealtad del cliente/paciente. - Estrategias de ventas, que promuevan el incremento de las ventas de productos y servicios. - Estrategias de publicidad, que desarrollen el posicionamiento del centro de bienestar.

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

Capacidad	Criterios de Desempeño
Desarrollar el tratamiento terapéutico y cosmetológico mediante técnicas de hidroterapia, cosmetología, termoterapia y terapias manuales, para contribuir al bienestar integral del cliente/paciente, respetando los principios bioéticos en su intervención terapéutica.	<p>Ejecuta las técnicas de hidroterapia, terapias manuales y cosmetología, de acuerdo al protocolo establecido: Instalaciones, equipo e insumos a utilizar, tiempos, posturas, Temperatura; indicaciones, contraindicaciones y beneficios para el cliente/paciente.</p> <p>Realizar un registro de la aplicación del tratamiento, que se integrará al expediente terapéutico, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha, hora y número de sesión. - Tratamiento especificando las técnicas empleadas de hidroterapia, terapias manuales y cosmetología. - Avances del tratamiento. - Observaciones. - Reacción o afectación. - Sugerencias de seguimiento y revaloración médica. - Terapeuta responsable y especialidad.
Supervisar la operación del centro de bienestar verificando la ejecución de los procedimientos establecidos, para cumplir con la planeación operativa.	<p>Elabora un informe de supervisión del programa de trabajo, que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fecha de supervisión. - Nivel de cumplimiento de los protocolos. - Terapeutas responsables. - Cumplimiento de normas de higiene y seguridad. - Recursos utilizados. - Registro de la aplicación del tratamiento conforme al protocolo. - Conclusiones. - Observaciones y propuestas correctivas y de mejora.

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	


Capacidad	Criterios de Desempeño
Evaluar el cumplimiento de las metas y objetivos del plan terapéutico y del centro de bienestar a través del análisis de indicadores de desempeño y estándares de calidad, para proponer acciones correctivas, preventivas y de mejora, respetando los principios bioéticos en su intervención terapéutica.	<p>Elabora un Informe de resultados de la operación del centro de bienestar, que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrumentos e indicadores de evaluación. - Análisis e interpretación del reporte de supervisión. - Grado de cumplimiento de objetivos y metas. - Grado de satisfacción del cliente/paciente. - Grado de cumplimiento de estándares. - Análisis y evaluación de hallazgos. - Propuesta de acciones correctivas y de mejora.

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	

COMERCIALIZACIÓN

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Philip Kotler	2021	Marketing 5.0		USA	Wiley
Brian Tracy	2016	Mercadotecnia		USA	Grupo Nelson
Charles Lamb	2019	MKTG. Marketing	Madrid	España	Cengage Learning
Charles Lamb	2018	Marketing con aplicaciones para América Latina		México	Cengage

ELABORÓ:	Comité Nacional de Directoras y Directores de Terapia Física	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	D. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre 2022	