

TECNICATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Técnicas de Venta

**Primer año
Segundo Cuatrimestre
2011**

Objetivos Generales:

Que el alumno:

- Utilice los conceptos teóricos relacionados con la venta de servicios y las herramientas necesarias para su implementación.
- Conozca el comportamiento del consumidor.
- Desarrolle actitud de servicio.
- Detecte oportunidades en la venta del servicio hotelero.
- Desarrolle las técnicas de venta.
- Pueda integrar y aplicar todos los conocimientos adquiridos en la empresa hotelera.

Normas de aprobación:

- 75 % de asistencia a clase, condición de regularidad.
- El modelo evaluatorio será el siguiente: los alumnos serán evaluados de manera continua en su participación, responsabilidad, imagen personal, manejo de lenguaje y respeto. En los trabajos prácticos: oratoria, redacción, presentación, puntualidad y desarrollo.
- Los exámenes parciales serán de manera escrita u oral y serán tenidas en cuenta las características evaluatorias anteriormente nombradas.

Contenidos

Unidad I: Introducción a las ventas

La venta. Concepto. Necesidades. Deseo. Motivación. Expectativas. Satisfacción.

Los pasos de la venta. Presentación del producto. Tratamiento de objeciones. Técnicas de cierre de ventas. La post venta.; Tratamiento de quejas y reclamos. Tipos de ventas. La venta relacional. Venta Sugestiva.

Unidad II: El vendedor

Lo primero: Venderse uno mismo. Perfil y cualidades innatas y a desarrollar. La inteligencia emocional. Actitud y aptitud. Diferencias entre el vendedor y el vendedor profesional. Productividad en las Ventas.

Unidad III: El Cliente: Prospectos. Quiénes son y dónde están. Prospección. Tipos de clientes.

Las ventas a corporativos y a clientes particular. Proceso de decisión de compra. Atención al cliente y actitud de servicio con el mismo.

Unidad IV: El producto- servicio

Análisis del producto. Qué es lo que realmente se vende. Ventas Internas: Rooms, F&B, parking, spa, transfer, promociones especiales, productos especiales de cada hotel. Ciclo de vida del producto e incidencia en las ventas.

CARRERAS DE
TURISMO Y HOTELERIA
UNIVERSIDAD TECNOLOGICA NACIONAL

Unidad V: Comunicación: El proceso de comunicación. Tipos de comunicación en la empresa. Proyectando una imagen profesional: La comunicación no verbal. La nueva comunicación. Sistema de percepción.

Unidad VI: Negociación: Concepto. Negociación situacional. Estrategias, MAPAN. Personas. Técnicas.

Unidad VII: Dirección de Ventas

Trabajo en equipo. Objetivos de Ventas, pronósticos y presupuestos. Determinación del territorio de Ventas. Evaluación y Compensación del vendedor.

Bibliografía

- Braidot, Néstor. **Los que venden**. Ediciones Macchi.
- Héller, Martín E. **La Venta Profesional**. Ediciones Macchi.
- Abbey, James R. **Ventas y Mercadotecnia Hoteleras**. Instituto Educacional. Tercera Edición.
- Goleman, Daniel. **La inteligencia emocional en la empresa**. Javier Vergara Editor.
- Ponti, Franc. **Los caminos de la Negociación**. Gránica.
- María Ángeles López Luengo, Francisco Lobato Gómez. **Operaciones de Ventas**. Editorial Tomsom.2006.