



Programa de formación de instructores del capital humano

Sesión 4

- Redacción de objetivos, taxonomía y temarios
- Durante la sesión el participante integrará los elementos para el diseño de un programa de capacitación que proponga la solución a una necesidad.
- TEMAS: Redacción de objetivos, taxonomía y temarios.

Dr. Christian G. Rios



Redacción de objetivos Principios

-El origen de un aprendizaje nace de una **necesidad** .

Se refieren la problemática específica de la población a atender, los objetivos a cumplir, los requerimientos del mercado y las expectativas del cliente.

Una vez que se identifica la necesidad, se plantean los **objetivos** que irán dirigidos a describir las **competencias** (el saber, saber hacer y saber ser) que el individuo desarrollará en el proceso de aprendizaje del curso con la finalidad de darle solución a dicha necesidad.

Un objetivo de aprendizaje debe responder 4 simples preguntas ¿quién?, ¿qué? , ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿Para qué?.

Un objetivo tiene que tener un nivel taxonómico preciso a la necesidad que quiere resolver.

4. Taxonomía de Bloom.

		ÁREA DE DOMINIO		
		COGNITIVA	PSICOMOTORA	AFECTIVA
NIVELES	1	CONOCIMIENTO	CONOCIMIENTO	RECEPCIÓN
	2	COMPRENSIÓN	PREPARACIÓN	RESPUESTA
	3	APLICACIÓN	EJECUCIÓN	VALORIZACIÓN
	4	ANÁLISIS	CONSCIENTE	ORGANIZACIÓN
	5	SÍNTESIS	AUTOMATIZACIÓN	CARACTERIZACIÓN
	6	EVALUACIÓN	REORGANIZACIÓN	

1	2	3	4	5	6
CONOCIMIENTO	COMPRENSIÓN	APLICACIÓN	ANÁLISIS	SÍNTESIS	EVALUACIÓN
REPETIR	INTERPRETAR	APLICAR	DISTINGUIR	PLANEAR	JUZGAR
REGISTRAR	TRADUCIR	EMPLEAR	ANALIZAR	POSPONER	EVALUAR
MEMORIZAR	REAFIRMAR	UTILIZAR	DIFERENCIAR	DISEÑAR	CLASIFICAR
NOMBRAR	DESCRIBIR	DEMOSTRAR	CALCULAR	FORMULAR	ESTIMAR
RESALTAR	RECONOCER	DRAMATIZAR	EXPERIMENTAR	REUNIR	VALORAR
SUBRAYAR	EXPRESAR	PRACTICAR	PROBAR	CONSTRUIR	CALIFICAR
ENUMERAR	UBICAR	ILUSTRAR	COMPARAR	CREAR	SELECCIONAR
ENUNCIAR	INFORMAR	OPERAR	CONTRASTAR	ESTABLECER	MEDIR
RECORDAR	REVISAR	PROGRAMAR	CRITICAR	ORGANIZAR	DESCUBRIR
ENLISTAR	IDENTIFICAR	DIBUJAR	DISCUTIR	DIRIGIR	JUSTIFICAR
REPRODUCIR	ORDENAR	ESBOZAR	DIAGRAMAR	PREPARAR	ESTRUCTURAR
	SERiar	CONVERTIR	INSPECCIONAR	DEDUCIR	PRONOSTICAR
	EXPONER	TRANSFORMAR	EXAMINAR	EXPLICAR	PREDECIR
		REPRODUCIR	CATALOGAR	CONCLUIR	DETECTAR
		RESOLVER	INDUCIR	RECONSTRUIR	DESCUBRIR
		EJEMPLIFICAR	INFERIR	IDEAR	CRITICAR
		COMPROBAR	DISTINGUIR	REORGANIZAR	ARGUMENTAR
		CALCULAR	DISCRIMINAR	RESUMIR	CUESTIONAR
		MANIPULAR	SUBDIVIDIR	GENERALIZAR	DEBATIR
			DESMENUZAR	DEFINIR	EMITIR JUICIOS

1	2	3	4	5
CONOCIMIENTO	PREPARACIÓN	EJECUCIÓN CONSCIENTE	AUTOMATIZACIÓN	REORGANIZACIÓN
REPETIR	IMITAR GESTOS	REALIZAR MOVIMIENTOS SINCRONIZADOS	ACTUAR CON NATURALIDAD Y SOLTURA AL:	IDEAR NUEVOS PRODUCTOS
REGISTRAR	REPETIR MOVIMIENTOS	OPERAR HERRAMIENTAS	- DRAMATIZAR - DANZAR	INVENTAR NUEVOS PASOS
MEMORIZAR NOMBRAR	REPRODUCIR TRAZOS	ELABORAR MATERIALES CONFORME A ESPECIFICACIONES	- CANTAR - DECLAMAR	CREAR NUEVAS MELODÍAS
RELATAR	IMITAR SONIDOS	COORDINAR MOVIMIENTOS AL EJECUTAR ACCIONES	ACTUAR CON DESTREZA Y NATURALIDAD AL:	IMPROVISAR ACTUACIONES
SUBRAYAR	MOVER DIFERENTES PARTES DEL CUERPO SEGÚN LO INDICADO	RECTIFICAR PROCESOS	- MANEJAR HERRAMIENTAS - OPERAR MAQUINARIA - UTILIZAR INSTRUMENTOS	IDEAR NUEVAS TÉCNICAS PRACTICAS
ENUMERAR	MANEJAR HERRAMIENTAS		- LEER EN VOZ ALTA	SOLUCIONAR PROBLEMAS PRÁCTICOS
ENUNCIAR	MANEJAR INSTRUMENTOS		- REALIZAR TRAZOS	DISEÑAR HERRAMIENTA Y MAQUINARIA
RECORDAR	INTERPRETAR SECUENCIAS			

1	2	3	4	5
RECEPCIÓN	RESPUESTA	VALORACIÓN	ORGANIZACIÓN	CARACTERIZACIÓN
ESCUCHAR	INTERESARSE	ACEPTAR	ADHERIRSE	ACTUAR CONFORME A UN PLAN
ATENDER	CONFORMARSE	ADMITIR	FORMULAR PLANES	INFLUIR SOBRE OTROS
RECIBIR ORDENES	PREGUNTAR	ACORDAR	ALTERNAR PLANES	MODIFICAR CONDUCTAS
TOMAR CONSCIENCIA	CONTESTAR	ANALIZAR	INTEGRAR GRUPOS	PROPONERSE REALIZAR ALGO
RECIBIR INDICACIONES O INSTRUCCIONES	DEFENDERSE	VALORAR	DIRIGIR GRUPOS	CUESTIONAR
	APOYAR	RECONOCER	INTERACTUAR	RESOLVER PROBLEMAS
	PARTICIPAR	EVALUAR	ORGANIZAR ACCIONES	DECIDIR UNA ACTUACIÓN
	DESEMPEÑAR	CRITICAR		VERIFICAR HECHOS
	INTENTAR	SELECCIONAR		COMPROMETERSE
	REACCIONAR	DIFERENCIAR		SOLUCIONAR
	PRACTICAR	DISCRIMINAR		BASTARSE A SÍ MISMO
	COMUNICAR	EXPLICAR		PONER EN PRACTICA
	PLATICAR	ARGUMENTAR		FORMULAR JUICIOS
	DIALOGAR	JUSTIFICAR		PRACTICAR
	CUMPLIR	DISCREPAR		COMPARTIR RESPONSABILIDADES
	INVITAR	APOYAR		
	SALUDAR	APRECIAR		
	OBEDECER	COMENTAR		

Datos principales en el reporte de DNC

Generales: Se solicitó a ICEMéxico la capacitación y adiestramiento del área de ventas telefónicas de la Empresa Patito S.A de C.V partiendo de la solicitud de su Director General el cual plantea la "Necesidad de aumentar las ventas en el próximo periodo anual según el objetivo y planeación estratégica de la empresa.

Situación organizacional

La empresa no cuenta con perfiles de puesto ni procedimientos elaborados formalmente, los colaboradores del área de ventas telefónicas refieren que fueron capacitados al inicio de sus funciones con un procedimiento básico el cual cada uno lleva de distinta forma.

Descripción de levantamiento de DNC

Se inició aplicando la metodología de DNC de la siguiente forma:

1. Se realizó una descripción de tareas básicas a través de la técnica de entrevista al responsable de puesto, aplicando cinco entrevistas y encontrando similitudes en tres de las tareas, sin embargo hay más de diez tareas sin identificar ni coincidir entre los colaboradores.
2. Se analizó junto con el directivo o jefe de áreas si las tareas recopiladas del responsable de puesto son las solicitadas por la organización. Se identificó que es necesario estandarizar las tareas y procedimientos por lo cual se **recomendó al director iniciar con el levantamiento de perfiles de puesto de la organización**. El directivo refirió que la organización iniciará en otro periodo ese objetivo por lo cual se le recomendó iniciar como referencia con el estándar de competencia EC0784 del CONOCER que refiere a los conocimientos, habilidades y actitudes básicas necesarias para desempeñar funciones como vendedor telefónico.

3. Se inicio con la aplicación de cinco cuestionarios diagnósticos a los colaboradores de el área de venta telefónica

En referencia a los conocimientos que presenta el EC0784 dando como **CARENCIA** los siguientes conocimientos :

1. Características y componentes de los sistemas de comunicación
2. Información referente a venta de productos, atención al cliente y cobranza. • Tipos de Clientes. • Características
3. Técnicas y herramientas utilizadas durante una llamada telefónica de venta, servicio al cliente y cobranza. Conocimiento
4. Proyección de la voz. • Características
5. Técnicas de venta, cobranza y servicio a clientes vía telefónica.

Se aplicaron 5 Guías de observación simulando una llamada de venta telefónica en el área de trabajo resultando CARENTES en las siguientes habilidades psicomotoras:

Realiza el proceso de presentación con el cliente/prospecto/socio:

- Saludando de acuerdo al horario
- Indicando el nombre de la empresa/campaña/producto de la cual está llamando,
- Preguntado/corroborando el nombre del cliente de acuerdo a lo proporcionado o solicitado por el sistema/
- Indicando el motivo de la llamada de acuerdo al protocolo establecido por la marca/ empresa/campaña/producto.

Realiza la llamada de venta de producto:

- A partir del proceso de presentación con el prospecto/cliente.
- Interactuando/sondeando para conocer el tipo de cliente y sus posibles necesidades/ interés/conocimiento respecto a la marca/producto,
- Generando en el cliente la necesidad/expectativa del producto mediante estrategias y herramientas de persuasión a partir del perfil del cliente sin utilizar muletillas, extranjerismos, balbuceos y risas,
- Explicando las características/beneficios del producto/servicio de acuerdo a lo establecido por la empresa/marca/campaña y de acuerdo al perfil del cliente, de manera clara sin utilizar muletillas, extranjerismos, balbuceos y risas,
- Debatiendo las objeciones del prospecto/cliente respecto al producto/servicio para el logro de una venta positiva, de manera clara sin utilizar frases en modo negativo, evitando el uso de muletillas, extranjerismos, balbuceos, risas, y
- Direccionando la conversación hacia el cierre de venta una vez que se identifica la oportunidad de concretar la venta. 3. Concluye la llamada de venta: • Una vez identificada la decisión de consumo/compra del cliente respecto al producto o servicio,
- Acordando el procedimiento/pasos a seguir, avisos de privacidad/términos y condiciones de pago/entrega/vigencias del producto o servicio, conforme a los estándares de calidad solicitados por la empresa/marca/producto,
- Cotejando los datos del cliente con el registro de la fuente de información mediante cuestionamientos/afirmaciones y cotejándolos,
- Despidiéndose de acuerdo al protocolo del lugar de trabajo/marca/empresa, • Reiterando el nombre/slogan de la empresa/marca/producto, y • Registrando en el sistema/base de datos el resultado de la llamada y sus pormenores, de tal manera que exista congruencia entre la información registrada y lo dicho en el transcurso de

Se aplicaron 5 Guías de observación simulando una llamada de venta telefónica en el área de trabajo resultando CARENTES en las siguientes ACTITUDES/HABITOS/VALORES

ACTITUDES/HABITOS/VALORES

- 1. Iniciativa:** La manera en que propone en todo momento alternativas de solución o de mejora en el servicio o producto, de acuerdo a los lineamientos establecidos por el lugar de trabajo/ la marca o producto, o bien, de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- 2. Respeto:** La manera en que se dirige en todo momento con un lenguaje educado, sin utilizar palabras altisonantes o insultos al interlocutor, o compañeros de trabajo.
- 3. Responsabilidad:** La manera en que en todo momento protege y resguarda la información proporcionada por el cliente, sin hacer mal uso de ésta.
- 4. Tolerancia:** La manera en que muestra disposición y una actitud positiva para atender las manifestaciones, objeciones, quejas, o actitudes de los clientes, evitando en todo momento colgar una llamada, salvo que el cliente así lo determine.

Conclusión de reporte

Se determina que el personal del área de venta telefónica no cuenta con un procedimiento establecido por lo cual con el fin de mejorar el rendimiento de ellos y aumentar las ventas, se establece tomar como referente el EC0785 para implementar los protocolos practicas y desempeños mencionados. Por lo cual ahora se pasará al diseño del programa de capacitación, los instrumentos y manuales del curso.

Objetivo General

El **Vendedor telefónico** al **terminar el curso taller** **APLICARÁ** el conocimiento relativo a las características, componentes técnicas y herramientas para realizar una llamada telefónica **EJECUTARÁ CONSCIENTEMENTE** el procedimiento y **TOMARÁ CONCIENCIA** del respeto, responsabilidad y tolerancia que se le debe de dar a un cliente según el EC0785, esto con **la finalidad de aumentar las ventas de la empresa.**



MATERIAL POR ENVIAR:

1. Presentación POWER POINT DE SESIÓN
2. Taxonomía completa
3. Ejercicio de aprendizaje

¿QUÉ TIENES QUE HACER?

- 1-Compartir esta publicación de manera pública
- 2- Etiquetar y recomendar en un comentario a dos colegas que les pueda servir esta información.
3. Dejar en los comentarios una breve conclusión de lo aprendido.
(Fan destacado)

Objetivos particulares

APLICARÁ el conocimiento relativo a las características, componentes técnicas y herramientas para realizar una llamada telefónica a través de la lectura de ejercicios, exposición de los conocimientos requeridos por el estándar EC0784.

EJECUTARÁ CONSCIENTEMENTE el procedimiento derivado de los desempeños descritos en el EC0784 a través de prácticas simuladas y supervisadas dentro del área de trabajo.

TOMARÁ CONCIENCIA del **respeto, responsabilidad y tolerancia** que se le debe de dar a un cliente a través de la participación en una mesa de discusión donde se planteen casos reales de clientes satisfechos y no satisfechos.

TEMARIO DERIVADO DE OBJETIVO PARTICULAR COGNITIVO

APLICARÁ el conocimiento relativo a las características, componentes técnicas y herramientas para realizar una llamada telefónica a través de la lectura ejercicios exposición de los conocimientos requeridos por el estándar EC0784.

1. Características y componentes de los sistemas de comunicación.
2. Información referente a venta de productos, atención al cliente y cobranza. • Tipos de Clientes. • Características.
3. Técnicas y herramientas utilizadas durante una llamada telefónica de venta, servicio al cliente y cobranza. Conocimiento
4. Proyección de la voz. • Características
5. Técnicas de venta, cobranza y servicio a clientes vía telefónica.

TEMARIO DERIVADO DE OBJETIVO PARTICULAR PSICOMOTOR

EJECUTARÁ CONSCIENTEMENTE el procedimiento derivado de los desempeños descritos en el EC0784 a través de practicas simuladas y supervisadas dentro del área de trabajo.

Proceso de presentación con el cliente/prospecto/socio:

- Saludando de acuerdo al horario
- Indicando el nombre de la empresa/campaña/producto de la cual está llamando,
- Preguntado/corroborando el nombre del cliente de acuerdo a lo proporcionado o solicitado por el sistema/
- Indicando el motivo de la llamada de acuerdo al protocolo establecido por la marca/ empresa/campaña/producto.

Realiza la llamada de venta de producto:

- A partir del proceso de presentación con el prospecto/cliente.
- Interactuando/sondeando para conocer el tipo de cliente y sus posibles necesidades/ interés/conocimiento respecto a la marca/producto,
- Generando en el cliente la necesidad/expectativa del producto mediante estrategias y herramientas de persuasión a partir del perfil del cliente sin utilizar muletillas, extranjerismos, balbuceos y risas.
- Explicando las características/beneficios del producto/servicio de acuerdo a lo establecido por la empresa/marca/campaña y de acuerdo al perfil del cliente, de manera clara sin utilizar muletillas, extranjerismos, balbuceos y risas,

TEMARIO DERIVADO DE OBJETIVO PARTICULAR AFECTIVO

TOMANDO CONCIENCIA del **respeto, responsabilidad y tolerancia** que se le debe de dar a un cliente a través de la participación en una mesa de discusión donde se planteen casos reales de clientes satisfechos y no satisfechos.

ACTITUDES/HABITOS/VALORES

- 1. Iniciativa:** La manera en que propone en todo momento alternativas de solución o de mejora en el servicio o producto, de acuerdo a los lineamientos establecidos por el lugar de trabajo/ la marca o producto, o bien, de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- 2. Respeto:** La manera en que se dirige en todo momento con un lenguaje educado, sin utilizar palabras altisonantes o insultos al interlocutor, o compañeros de trabajo.
- 3. Responsabilidad:** La manera en que en todo momento protege y resguarda la información proporcionada por el cliente, sin hacer mal uso de ésta.
- 4. Tolerancia:** La manera en que muestra disposición y una actitud positiva para atender las manifestaciones, objeciones, quejas, o actitudes de los clientes, evitando en todo momento colgar una llamada, salvo que el cliente así lo determine.



CONCLUSIONES :

1. El objetivo general debe plantear el quién, qué, cuándo y el para qué que integra el aprendizaje para resolver la necesidad detectada describiendo las tres áreas de dominio con tres verbos sacados de la taxonomía que describan la acción a desarrollar en cada una de las áreas de dominio (saber, saber hacer y saber ser).
2. Los objetivos particulares se derivan del objetivo general desarticulándolo en tres partes según los verbos, solo que en estos se describe con precisión el CÓMO se realizarán las acciones descritas.
3. El temario responderá a cada objetivo particular tomando como referencia los conocimientos, destrezas y actitudes de cada área, si utilizaste un estándar de competencia o un perfil de puesto como referencia los temas serán los que propongas dichos documentos.