GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	10 DE MARZO DE 2021	
Denominación del Programa de Formación	ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE	
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL	
Código y versión del Programa	13410561 - 1	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos JOHN ANDRES OSPINA MONCAYO**	**Regional y Centro de formación QUINDIO-CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
		FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON	ATENDER AL CLIENTE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS TECNOLÓGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES TENIENDO								1. APLICA ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE A TRAVÉS DE	**CONOCIMIENTO** PLATAFORMA ESTRATEGICA,	

		LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.	**IDENTIFICAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.**	1. ESTRUCTURAR LA PLATAFORMA ESTRATEGICA CON TODOS SUS COMPONENTES PARA PRESTAR ATENCION Y SERVICIO A LOS DIFERENTES TIPOS DE CLIENTE . 2. PREPARA LOS PROTOCOLOS DE SERVICIO DE ACUERDO A LA ESTRATEGIA COMERCIAL UTILIZADA. 3. ANALIZA LOS POSIBLES RESULTADOS DE UTILIZAR BIEN O MAL MAL LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE FRENTE AL GRUPO OBJETIVO CON HERRAMIENTAS DE MEDICION.	10	3	1. CLASE MAGISTRAL. 2. MESA REDONDA. 3. CONVERSATOTRIO. 4.ACTIVIDADES MEDIADAS POR TICS.	ESPACIO ADECUADO PARA 35 APRENDICES CON UN EQUIPO POR CADA UNO, SONIDO ESTEREO, PATALLA PLANA SMART TV DE 60 PULGADAS, PROGRAMAS DE DISEÑO, ILUMINACION CON LUZ BLANCA, CONECTIVIDAD CONTINUAA INTERNET SIN BLOQUEO DE REDES SOCIALES.	TABLERO DIGITAL INTELIGENTE, CONECTIVIDAD CONTINUA A INTERNET, REDES SOCIALES DESBLOQUEADAS, IMPRESORAS LASSER ACOLOR.	JOHN ANDRES OSPINA MONCAYO	MEDIOS TECNOLOGICOS Y APLICATIVOS DISPONIBLES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 2. RECONOCE LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE PERSONALIZADO SEGÚN TIPO DE SERVICIO. 3. GESTIONA LAS NECESIDADES Y REQUISITOS DEL CLIENTE SEGÚN PROTOCOLOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPIOS ÉTICOS.	DOCUMENTO ESCRITO, CONVERSATORIO PREGUNTA RESPUESTA. **DE DESEMPEÑO** SIMULA LA ESTRATEGIA DE ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE DE ACUERDO A LA PLATAFORMA CREADA POR EL. LISTA DE CHEQUEO PRACTICA. **PRODUCTO** INFORME DEL RESULTADO DE LA SIMULACION DE LA ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE. DOCUMENTO ESCRITO. VALORACION.	
			SOLUCIONAR EL REQUERIMIENTO DEL CLIENTE SEGÚN PRINCIPIOS ÉTICOS E INSTITUCIONALES.		10	3							
			VALORAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE SEGÚN LA SATISFACCIÓN EVIDENCIADA POR EL CLIENTE.		11	3							