PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación:	MERCADEO Y VENTAS
Código del Programa de Formación:	62330031 V.2
Nombre del Proyecto:	No Aplica
Fase del Proyecto:	No Aplica
Actividad de Proyecto:	No Aplica
Competencia:	**VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.**
Resultados de Aprendizaje Alcanzar:	**ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE VENTAS.**
Duración de la Guía:	24 horas

2. PRESENTACIÓN

Cordial saludo respetado aprendiz, le doy la bienvenida al desarrollo de la presente guía, cuyo objetivo es brindarle herramientas **PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA COMERCIAL DE SU NEGOCIO**, **adquieriendo conocimientos y destrezas en el proceso de venta de sus productos o servicios,** siendo este paso fundamental en el momento de concretar la venta con el cliente y una planeación necesaria para enfocar sus **estrategias comerciales.**

Por esta razón lo invito a que desarrolle la presente la guía con todo el empeño y compromiso que seguro le otorgará grandes objetivos en su empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

Respetado aprendiz, la presente actividad esta enfocada en **fortalecer actitudes y valores**, basadas en la aplicación de didacticas que refuercen contenidos co-relacionados con el objetivo de la presente guía. Cada actividad tiene una descripción para su respectivo desarrollo, si tiene alguna duda comuníquese con el instructor vía WhatsApp o correo electrónico.

3.1.1. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 1

Para esta primera actividad lo invito a que se divierta y comparta con el grupo las siguientes sus importantes aportes y puntos de vista a los siguientes cuestionamientos:

1. ¿El vendedor nace o se hace?
2. ¿Cual es la diferencia entre una FANS y un CLIENTE?
3. Que consideras que deben hacer las empresas para convertir sus CLIENTES en FANS?

4. La confianza en sí mismo es el primer secreto del éxito para las ventas

Las respuesta serán registradas en la libreta de notas y expuestas en mesa redonda moderado por el instructor.

3.1.2. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 2

Aprendiz a continuación lo invito a leer el siguiente articulo de titulo: “El valor de vender desde los valores” del autor Manuel Luque Menéndez facilitado por el instructor, que también podrá encontrar en el Drive de la sesión en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/11hYxA5YaM0chZFtjiUulJdW_CUlskaXZ/view?usp=sharing

Teniendo en cuenta la lectura lo invito a que hagamos el estudió del siguiente caso: En Colombia el sector productivo constamente crece y se reinventa, caracterizándonos por ser un mercado competitivo e innovador, sin embargo en muchos casos se pierden los negocios o las ventas para la falta de conocimiento y empoderamiento del vendedor en su producto, empresa o actividad económica. ¿Por qué considerada que esto sucede y como podemos mejorarlo?

3.1.3. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 3

En esta tercera actividad lo invito a que ingrese en el siguiente link del portal Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=GIjCzw4s2nE&ab_channel=HappyTV y observe el video denomindado el “Vendedor de Humo” de PrimerFrame.

Teniendo en cuenta el video en una sola palabra defina el aprendizaje que le genero la historia y como lo aplicaría a su vida, comparta su respuesta en mesa redonda moderada por el instructor.

3.1.4. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 4

Para finalizar esta actividad de reflexión inicial lo invito a que comparta una fotografía suya junto con su historia de vida – subala en el en el siguiente Padlet creado por el instructor: https://padlet.com/ , donde podrá observar las demás historias y realimentar.

Usted podrá compartir su información en el Padlet, entrando a la pagina: https://padlet.com/ en el botón más (+) de la esquina inferior derecha, seguidamente agregue el título y adjunte la fotografía desde su ordenador o celular junto con el texto en el cuedro de ingreso, si tiene alguna duda para ingresar al Padlet comuníquese con el instructor.

3.2. ACTIVIDADES DE CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE.

3.2.1. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 1

Estimado Aprendiz, con el objetivo de consultar los conocimientos previos que tiene acerca de la estructuración de la oferta comercial que es el objetivo de la presente sesión, lo invito a responder el siguiente cuestionario:

- Teniendo en cuenta que en todo proceso de ventas es importante aplicar **ESTRATEGIAS QUE NOS AYUDEN HACER EFECTIVAS LAS VENTAS DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS, ¿ Que estratégias comerciales usted conoce o aplica a la hora de realizar una venta?**
- En la **ESTRUCTURACIÓN DE UNA PROPUESTA COMERCIAL** es importante identificar los clientes potenciales y lograr segmentarlos. **¿Cómo idenditifica en el mercado los futuros clientes?**
- Identificar las necesidades del mercado juega un papel fundamental cuando se entra al mercado, apuntarle a una necesidad insatisfecha, garantiza el éxito de los negocios, **¿Cómo reconoce las necesidad del mercado?**
- Cuando se define el objetivo de ventas del emprendimiento es importante determinar los costos de la propuesta comercial, **¿Cómo estructura los costos en su emprendimiento?**
- **ELABORAR UN PLAN CON LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES**, nos define una ruta a seguir, el éxito del cumplimiento de los objetivos depende de saber elegirlos. **¿Cómo cree usted que se definen los objetivos al interior de la organización?**

Las respuestas envíelas al correo electrónico del instructor y socialícelas en la sesión programada.

3.2.2. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 2

Estimado aprendiz lo invito a observar el siguiente video: https://www.youtube.com/watch?v=4EC3mvmf9fc&ab_channel=maricarmenLopez fragmento de la película: En busca de la felicidad de Gabriele Muccino, el video tiene por nombre: Ejemplo de un Discurso del Ascensor o Elevator Pitch.

Despúes de observar el video elabore un texto de no más 15 renglones donde comparta que enseñanza del dejó. El texto envíelo al correo del instructor por Correo electrónico o WhastApp.

3.2.3. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 3

En la presente actividad actividad ingrese al siguiente Blog en el link: https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling donde encontrara ejemplos de campañas de mercadeo existosas y sus respectivos aprendizajes, para esta actividad lo invito a que elabore una infografía de una de las empresas ahí detalladas, donde explique como lograron el éxito. Envíe una foto por WhastApp o Correo electrónico al instructor del ejercicio realizado en el medio que más se le facilite, sea manual o digital según su habilidad y expongalo en la sesión programada.

3.2.4. ACTIVIDAD REFLEXIÓN N 4

Estimado Aprendiz, lo invito a leer y el articulo que le facilita el instructor que también lo encuentra ingresando al Drive de la sesión en siguiente enlace; https://drive.google.com/file/d/1YJ-

pZSCal4jTV9kLifbkkXqOeIDHetcK/view?usp=sharing en este enlace puede encontrar del libro: “Fundamentos del Marketing” del autor Gary Armstrong en la pagina 7 el capitulo: Compresión del Mercado y de las necesidades del cliente.

Para finalizar esta actividad lo invito a leer y realizar un análisis de las estrategias para identificar las necesidades del mercado, enviar al correo electrónico o via WhatsApp al instructor.

3.3. ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN).

Con la realización de las siguientes actividades, el aprendiz tendrá la capacidad de:

COGNITIVA:	**IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE MEDIANTE METODOS DE RECOPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN SEGÚN OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PLANTEADO POR LA ORGANIZACIÓN.**
PROCEDIMENTAL:	**Realizar el plan de mercadeo teniendo en cuenta el analisis de la investigación de mercados y los objetivos de la organización**.
ACTITUDINAL Y VALORATIVA:	Mostrar liderzago en la ejecución de estratégias de ventas, aplicando técnicas de venta según el perfil del cliente.

3.3.1 ACTIVIDAD DE APROPIACION NO. 1

Estimado aprendiz, lo invito a que lea el mapa conceptual facilitado por el instructor o que también encontrará en el siguiente link del Drive de la Sesión: https://drive.google.com/file/d/1UClYOMh-vE7w3EEhycEwesh4QU3T2x--/view?usp=sharing titulado ¿Qué investigar? Del libro: Introducción a la investigación de mercados del autor Laura Estela Fischer de la Vega.

Para esta actividad es importante leer el mapa coceptual y realizar una exposición de lo aprendido frente al grupo y al instructor, en sesión programada.

3.3.2 ACTIVIDAD DE APROPIACION NO. 2

Estimado aprendiz en esta siguiente actividad lo invito a participar de la explicación del ***INSTRUCTOR ACERCA DE LOS PASOS PARA ESTRUCTURA UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS***, determinando las necesidades y el objetivo de este proceso. Esta explicación estará acompañada de la lectura del siguiente blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/ titulado: “7 pasos para hacer investigación de mercado” de la autora Ana Codeglia.

Participe en la sesión activamente y resulva sus dudas o inquietudes.

3.3.3 ACTIVIDAD DE APROPIACION NO. 3

Estimado aprendiz se va a reunir en grupo de tres personas para observar el video: “Diez casos de investigación de mercados” y elegir voluntariamente una empresa para realizarle un análisis del aprendizaje visto, esto se expondra en mesa redonda moderada por el isntructor.

Link del Video:
https://www.youtube.com/watch?v=VZt2YJNTYEE&ab_channel=MarinaMartinezSedano

3.3.4 ACTIVIDAD DE APROPIACION NO. 4

Estimado aprendiz, lo invito a observar el siguiente video explicactivo acerca de la estructuración de un plan de mercadeo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=kKzKVhUsB4M&ab_channel=AprendeMarketing de titulo: ¿Cómo elaborar un plan de marketing? Del grupo Aprende marketing.

- Para esta actividad vamos a realizar la dinámica de Brainstorming o lluvia de ideas para estructurar un plan de mercadeo para una empresa ejemplo de venta de zapatillas deportivas cuyo objetivo es lanzar una nueva línea de zapatillas al mercado, teniendo en cuenta los datos para la estructuración expuestos por el instructor. Al finalizar el ejercicio se socializan los aprendijes y las mejoras del plan de mercadeo realizado por todos mediante mesa redonda.

3.3.5 ACTIVIDAD DE APROPIACION NO. 5

Estimado aprendiz para finalizar la presente actividad de apropiación de conocimiento lo invito a entra a el siguiente Blog en el enlace: https://blog.luz.vc/es/como-hacer/propuesta-comercial-eficiente/ titulado: “Cómo hacer una propuesta comercial eficiente” del autor Rafael Ávila en que encontrará los pasos para realizar una propuesta comercial.

Lo invito a dejar sus comentarios del aprendizaje al finalizar la lectura del blog, tomarle pantallazo y compartirlo en el Padlet del grupo en el siguiente enlace: https://padlet.com/dashboard

3.4. Actividades de Transferencia

3.4.1 Actividad de Transferencia del Conocimiento No. 1

Estimado aprendiz de acuerdo al trabajo realizado y tomando como referente la empresa que cada unos de ustedes escogió; como idea de negocio o negocio en ejecución, desarrolle una propuesta comercial para sus productos o servicios, según la identificación de las necesidades y la investigación de mercados aprendidas previamente.

Envíe el documento por correo electrónico o whastApp al instructor y expongalo al grupo, grabando un video de 3 minutos y publicándolo en el siguiente Padlet: https://padlet.com/dashboard o exponiendo en la sesión definida para este tema.

Materiales: Hojas de papel, Lapiceros/Lápiz, Marcador borrable, Borrador, Video Beam, Computador Portatil o de Mesa, Tablero Aclírico

Equipos: Video beam, Computadores, Televisor, cable HDMI.

Ambiente: Aula convencional, dotada de: Fuentes eléctricas, Videobeam, Tablero o Pizarra (interactiva digital), sillas, mesas, papel, marcadores, y dotadas de elementos de seguridad y salud en el trabajo.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO Aplicación de cuestionario sobre Investigación de mercados. PRODUCTO	Caracteriza los clientes con base al diagnóstico de mercado realizado.	**Técnica** Formulación de preguntas. **Instrumento** Cuestionario sobre investigación de mercado.
EVIDENCIAS DE DESEMPEÑO. Exposición análisis de Investigación de mercados y Propuesta comercial.	Selecciona los segmentos de mercado aplicando los criterios de segmentación y las políticas de la organización.	**Técnica** Exposición **Instrumento** Listas de chequeo desempeño.
EVIDENCIAS DE PRODUCTO **Plan de Mercadeo**	Estructura la oferta comercial teniendo en cuenta el perfil de los clientes y condiciones del mercado	**Técnica** Infografía **Instrumento** Lista de chequeo de Producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Marketing: es el término utilizado para referirse al conjunto de técnicas o estrategias utilizadas para estudiar el comportamiento de los mercados, la gestión comercial de las empresas y de las

necesidades de los consumidores. Dicho término, aunque podemos encontrarlo ya incluido en las últimas ediciones del Diccionario de la lengua española, se nos muestra de forma cursiva al considerarse un anglicismo o término extranjero, cuya traducción o equivalente es la palabra mercadotecnia, aunque también es utilizado de forma frecuente como tal, el término mercadeo.

Propuesta de Valor: Una propuesta de valor es una estrategia empresarial que maximiza la demanda a través de configurar óptimamente la oferta.

Investigación de mercados: es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, 1con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Segmento Objetivo: Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de [Mercado (Marketing)(mercado)] o grupos uniformes más pequeños, pues la segmentación de un mercado en muchos mercados se puede asociar, de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

Perfil del Cliente: Un perfil de cliente, o marketing persona en inglés, representa a un segmento de los miembros de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra.

Al identificar diferentes preferencias o necesidades, puedes conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

Canales de comunicación : Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

Estrategia de Ventas: Estrategia de ventas es aquel tipo de estrategia cuyo diseño se realiza con el fin de alcanzar unos objetivos de ventas.

Plan de mercadeo: es un documento escrito que resume lo que el especialista en mercadotecnia ha aprendido sobre el mercado, que indica cómo la empresa pretende alcanzar sus objetivos de mercadeo y que facilita, dirige y coordina los esfuerzos de mercadotecnia

Propuesta comercial: es un documento muy importante y que puede ser decisivo para que tu prospecto se convierta en un cliente. Una propuesta comercial puede variar mucho de acuerdo con la

empresa, pero generalmente contiene información detallada del producto o servicio ofrecido, plazo y formas de pago.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Información tomada de:

- Gary Armstrong, "Fundamentos de marketing /", -:Pearson Educación, 2013. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215444/), el día 2020-10-30.
- Laura Estela Fischer de la Vega, "Introducción a la investigación de mercados /", -:McGraw-Hill Interamericana, 2017. Consultado en línea en la Biblioteca Digital de Bogotá (https://www.bibliotecadigitaldebogota.gov.co/resources/2215548/), el día 2020-10-30.
- Ana Codeglia, “7 pasos para hacer investigación de mercados” Hotmart, 2020, consulta en línea blog: https://blog.hotmart.com/es/investigacion-de-mercados/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	Eder Danovis Muñoz Escalante	Instructor	SER	29/10/2020

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					