DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
66410051	EMPRENDEDOR PROMOTOR EN PROGRAMAS TURISTICOS RURALES LOCALES
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 07/11/2012 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	340 horas
JUSTIFICACIÓN:	El programa Emprendedor promotor de programas turísticos rurales locales se creó para brindar al sector del Turismo, la posibilidad de incorporar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país, así mismo ofrecer a los aprendices formación en la tecnología cliente. El país cuenta con potencial en Turismo y su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de un recurso humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector. . El Programa de Jóvenes Rurales Emprendedores busca el desarrollo de las competencias técnicas, axiológicas y empresariales del talento humano para establecer el proceso formativo, se partió del análisis de las normas de competencia que conjugadas apuntan al logro de resultados específicos para proyectar laboralmente al aprendiz al sector productivo; se tuvo en cuenta la contextualización de políticas establecidas dentro de: Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 Prosperidad para todos, Plan Estratégico SENA 20112014, Plan Departamental de Desarrollo, Plan de Desarrollo Municipal, cadenas productivas agropecuarias y otros documentos que soportan el mejoramiento de la productividad y competitividad del País. El alcance del programa de formación esta direccionado a crear unidades productivas sostenibles y fortalecidas en aspectos organizacionales, comerciales, con generación de ingresos, incentivando el ahorro y la asociatividad en red, donde el aprendiz rural sea gestor integral de su negocio.
REQUISITOS DE INGRESO:	-Carta de presentación expedida por la comunidad. -Cumplir con el trámite de selección definido por el Centro
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: -El instructor - Tutor

	-El entorno -Las TIC -El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
210301019	CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Analizar y clasificar los documentos soportes de hechos económicos de acuerdo con normas legales y procedimientos organizacionales.
Registrar los hechos económicos de la organización de acuerdo con las normas y políticas organizacionales.
Generar los reportes contables y financieros que reflejen la realidad de la empresa según normas legales y procedimientos organizacionales.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN

210301019-01 INTERPRETAR LOS CONCEPTOS Y PROPÓSITOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS, PARA UNA EFECTIVA APLICACIÓN EN ACTIVIDADES DE COSTEO POR PROCESOS, POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN O CUALQUIER OTRO SISTEMA DE COSTOS.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

NORMAS COMERCIALES Y TRIBUTARIAS APLICABLES A LA GESTIÓN CONTABLE: CALIDAD DE COMERCIANTE, DEBERES DEL COMERCIANTE, ACTIVIDADES MERCANTILES
ESTADOS FINANCIEROS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN.
INGRESOS, COSTOS Y GASTOS
EL PRESUPUESTO Y LA ORGANIZACIÓN

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

VERIFICAR LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS RELATIVAS A LA ESTRUCTURA FINANCIERA
VERIFICAR LA APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.
ANALIZAR FINANCIERA Y ECONÓMICAMENTE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

INTERPRETA LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA CONTABILIDAD.
DIFERENCIA ACTIVOS PASIVOS Y PATRIMONIO. INGRESOS, COSTOS Y GASTOS
IDENTIFICA LOS ELEMENTOS QUE COMPONEN LOS ESTADOS FINANCIEROS.
IDENTIFICA ELEMENTOS QUE COMPONEN EL PROCESO DE PRESUPUESTO.
DIFERENCIA INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

REGISTRA LA INFORMACIÓN CONTABLE BÁSICA

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÉCNICO, TECNÓLOGO O PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	CON COMPETENCIAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL, FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS, PLANES DE NEGOCIO, CON CAPACIDAD DE GESTIÓN DE RECURSOS, CONOCIMIENTOS EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN Y MANEJO DE TIC, PROACTIVO PARA INDUCIR AL GRUPO HACIA LA CONFORMACIÓN DE UNIDADES PRODUCTIVAS SOSTENIBLES
Experiencia laboral y/o especialización	MININO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101001	PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON LA CATEGORÍA DE PRODUCTO, NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE CONSUMIDORES Y/O USUARIOS.

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Pronosticar la demanda del producto según comportamiento del mercado y características de la organización.
Caracterizar la oferta del mercado de acuerdo con la categoría de producto y segmentos potenciales.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN

260101001-01 DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN PRECIOS.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

NATURALEZA, CONCEPTO Y TIPOS DE PRECIOS
POLÍTICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS
ESTRUCTURA DE COSTOS DENTRO DEL PRECIO
DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES
ELABORAR COTIZACIONES

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO
CALCULAR Y FIJAR LOS PRECIOS A PARTIR DE LOS COSTOS, INGRESOS, PUNTO DE EQUILIBRIO, MÁRGENES DE RENTABILIDAD, ANÁLISIS DE LA OFERTA DE LA DEMANDA, POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO Y LAS ESTRATEGIAS DE LA COMPETENCIA. FORMULAR COTIZACIONES DE ACUERDO A LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
CALCULA Y FIJA LOS PRECIOS A PARTIR DE LOS COSTOS, INGRESOS, PUNTO DE EQUILIBRIO, MÁRGENES DE RENTABILIDAD, ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO Y LAS ESTRATEGIAS DE LA COMPETENCIA. MAXIMIZA UTILIDADES EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA, FOMENTANDO LA CULTURA DEL AHORRO Y LA REINVERSIÓN DE CAPITAL. FORMULA COTIZACIONES DE ACUERDO A LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR	
Requisitos Académicos	TÉCNICO, TECNÓLOGO O PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	CON COMPETENCIAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL, FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS, PLANES DE NEGOCIO, CON CAPACIDAD DE GESTIÓN DE RECURSOS, CONOCIMIENTOS EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN Y MANEJO DE TIC, PROACTIVO PARA INDUCIR AL GRUPO HACIA LA CONFORMACIÓN DE UNIDADES PRODUCTIVAS SOSTENIBLES
Experiencia laboral y/o especialización	MININO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101021	REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Realizar contratos comerciales según normas legales vigentes y acuerdo entre las partes
Acordar términos de negociación con los proveedores y clientes según objetivos y estrategias establecidas por la organización.
Estructurar las propuestas y contrapropuestas de los productos y servicios según necesidades y requerimientos de los clientes.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN

260101021-01 REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO: TIPOS DE CLIENTES, SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE EMPRESAS, SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN, COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPORTAMIENTO DE COMPRA, PERFILES DE CLIENTES.
EMPAQUES, ENVASES, EMBALAJES: TIPOS.
MANUAL DEL FABRICANTE FICHA TÉCNICA: PROPIEDADES Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO, MARCA MODOS DE USO O CONSUMO, CUIDADOS EN EL MANEJO Y TRASLADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, CUIDADOS ESPECIALES.
MEDIOS DE APOYO: MANUALES, CATÁLOGOS, PLEGABLES, FOLLETOS, DEMOSTRACIONES, DEGUSTACIONES, MEDIO VIRTUAL
LA VENTA: CONCEPTO, OBJETIVOS, PLAN DE VENTA, COBERTURA DE LA VENTA, FASES DE LA VENTA
CANALES Y ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN: VENTA PERSONAL, VENTA DIRECTA, E-COMMERCE.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

CONTACTAR A CLIENTES Y PROVEEDORES POTENCIALES.
PRESENTAR Y ARGUMENTAR A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, CARACTERÍSTICA DISTINTIVAS DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN, BONDADES Y NECESIDADES QUE SATISFACEN APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES, Y MEDIOS VIRTUALES.
PLANTEAR LA INFORMACIÓN SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS.
INFORMAR A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD Y CONDICIONES DE ENTREGA.
PREPARAR ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

PRESENTA Y ARGUMENTA A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES Y MEDIOS VIRTUALES.
PREPARA ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ACUDIENDO A DEMOSTRACIONES, MUESTRAS, DEGUSTACIONES Y EXHIBICIONES.
INFORMA A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD, CONDICIONES DE ENTREGA, GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS.
APLICA ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN APOYADO EN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÉCNICO, TECNÓLOGO O PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	CON COMPETENCIAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL, FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS, PLANES DE NEGOCIO, CON CAPACIDAD DE GESTIÓN DE RECURSOS, CONOCIMIENTOS EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN Y MANEJO DE TIC, PROACTIVO PARA INDUCIR AL GRUPO HACIA LA CONFORMACIÓN DE UNIDADES PRODUCTIVAS SOSTENIBLES

Experiencia laboral y/o especialización	: MININO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260201006	DISEÑAR PROGRAMAS RECREATIVOS Y TURÍSTICOS CONFORME A ESTUDIOS REALIZADOS.

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Establecer especificaciones de productos y servicios de acuerdo a información recolectada.
Estructurar programas de acuerdo a necesidades detectadas.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
260201006-02 ELABORAR PROGRAMAS E ITINERARIOS TURÍSTICOS DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA, NECESIDADES DEL MERCADO Y PORTAFOLIO DE SERVICIOS.
260201006-01 CARACTERIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN SEGÚN ESTUDIOS REALIZADOS Y CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD
260201006-03 EVALUAR PROGRAMAS TURÍSTICOS SEGÚN ESTÁNDARES ESTABLECIDOS Y CRITERIOS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

ESPACIO TURÍSTICO: REGIÓN, ZONA, ÁREA, COMPLEJO, CENTRO, NÚCLEO, RUTA, CORREDOR, CIRCUITO.
PRODUCTO TURÍSTICO: CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO, CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS (BENEFICIOS: FUNCIONALES, SIMBÓLICOS Y VIVENCIALES)
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS: DEFINICIÓN, FUNCIONES, NORMATIVIDAD.
ITINERARIOS: DEFINICIÓN, DISEÑO, CORREDOR, CIRCUITO, RUTA, TIEMPOS Y MOVIMIENTOS, PLAN DE ACCIÓN Y CONTINGENCIA.
PLAN TURÍSTICO: DEFINICIÓN, DISEÑO, CARACTERÍSTICAS, COMPONENTES
PAQUETE TURÍSTICO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS (CREATIVO, DIFERENCIADO, ÚNICO, INNOVADOR, COMPETITIVO), DISEÑO, PRECIO, VIABILIDAD. .
MERCADO: CONCEPTO, TIPOS, ELEMENTOS DEL MERCADO, ESTRATEGIAS DE MERCADO, PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO, ESTRUCTURA, COMPORTAMIENTO.
OFERTA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS, CURVA Y ELASTICIDAD.
DEMANDA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS, PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA, CALCULO Y ESTIMACIÓN, CURVA Y ELASTICIDAD.
TEORÍA DEL CONSUMIDOR: PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR, FUNCIÓN DE UTILIDAD, TIPOS DE BIENES.
CLASIFICACIÓN DE USUARIOS SEGÚN TIPOLOGÍA.
PRINCIPIOS Y FACTORES PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS Y/O PAQUETES: PLANEACIÓN, GANCHO GENERADOR DE DEMANDA, VENTAJAS COMPARATIVAS, PRECIOS COMPETITIVOS, DETALLES, COMPONENTES ÚNICOS, RENTABILIDAD

PROTOTIPOS Y ATRIBUTOS PARA PRODUCTOS Y/O PAQUETES TURÍSTICOS: MARCA, DISEÑO, CALIDAD, GARANTÍA, SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.
COSTOS: CONCEPTO, PROCESO DE COSTEO, CLASES DE COSTOS, PUNTO DE EQUILIBRIO, MÁRGENES DE RENTABILIDAD, FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.
COSTOS APLICADOS AL DESARROLLO DE PROGRAMAS TURÍSTICOS Y RECREATIVOS.
CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS SEGÚN POLÍTICAS FINANCIERAS.
PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS PARA EL DISEÑO DE PROGRAMAS

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

ESTABLECER CARACTERÍSTICA Y DIFERENCIAS ENTRE PRODUCTO TURÍSTICO, PLAN TURÍSTICO, PAQUETE TURÍSTICO.
CLASIFICAR LA INFORMACIÓN RELACIONADA CON LOS COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO RURAL.
DETERMINAR EL PERFIL Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.
SELECCIONAR LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS, ESCENARIOS, INSTALACIONES FÍSICAS SEGÚN CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES.
ELABORAR ITINERARIO PARA EL PLAN ESTABLECIDO SEGÚN LOS PARÁMETROS DADOS POR LA ORGANIZACIÓN.
COSTEAR ACTIVIDADES, PRODUCTOS E INSUMOS REQUERIDOS PARA EL PROGRAMA.
COTIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA ELABORAR PROGRAMAS.
SELECCIONAR Y NEGOCIAR CON PROVEEDORES CONFORME A POLÍTICAS.
ELABORAR PROGRAMAS RECREATIVOS Y TURÍSTICOS RURALES SEGÚN PORTAFOLIO DE SERVICIO Y POLÍTICAS DE CALIDAD.
EVALUAR EL PRODUCTO CON CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA.
IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO APLICADAS AL PRODUCTO Y/O SERVICIO TURÍSTICO.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

IDENTIFICA Y SELECCIONA PRODUCTOS Y SERVICIOS CON MAYOR POTENCIAL DE LA ZONA ACUERDO A CRITERIOS DE CALIDAD.
ESTABLECE LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ATRACTIVOS Y PRODUCTOS SELECCIONADOS.
ESTRUCTURA EL PLAN DE ACCIÓN E ITINERARIOS DE ACUERDO A LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN Y EL PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN.
ELABORA PROGRAMAS RECREATIVOS Y TURÍSTICOS RURALES DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS SERVICIOS.
VALIDA EL PROGRAMA TURÍSTICO DE ACUERDO CON CRITERIOS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÉCNICO, TECNÓLOGO O PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS. TRABAJAR EN EQUIPO ESTABLECER PROCESOS COMUNICATIVOS ASERTIVOS MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN HABILIDADES EN EL MANEJO DE ATENCIÓN A USUARIOS.

Experiencia laboral y/o especialización	MÍNIMO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260201029	PROMOCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS CUMPLIENDO POLÍTICAS DE VENTAS. (EQUIVALE A LA NORMA NTS AV 05 DEL MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Mostrar los beneficios del producto de acuerdo con el protocolo de servicios.
Aplicar las políticas de comercialización de la empresa conforme a procedimientos establecidos.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
260201029-03 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS DE DEMANDA IDENTIFICADOS EN EL MERCADO.
260201029-01 INFORMAR A LOS CLIENTES SOBRE LOS BENEFICIOS DEL PRODUCTO DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
260201029-02 ACORDAR CON LOS CLIENTES TARIFAS, DESCUENTOS Y PLANES COMERCIALES DE ACUERDO CON PORTAFOLIOS DE SERVICIOS Y PRODUCTOS Y POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN
260201029-05 MONITOREAR EL IMPACTO DE LOS PRODUCTOS DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
260201029-04 EMPLEAR TÉCNICAS DE VENTA EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN: LENGUAJE VERBAL Y NO VERBAL, COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN, PROTOCOLO SOCIAL.
PROTOCOLO DE SERVICIO: DEFINICIÓN, CLASES, CARACTERÍSTICAS, APLICACIÓN, IMPORTANCIA.
SERVICIO AL CLIENTE: CICLO DEL SERVICIO, MOMENTOS DE VERDAD, ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS, PRESENTACIÓN PERSONAL, TÉCNICAS.
EL PRECIO: CONCEPTO: COSTO, PRECIO Y VALOR; PRECIO DE MERCADO, SISTEMA DE PRECIOS, PRONÓSTICO, DETERMINACIÓN.
FIJACIÓN DE PRECIOS: CONCEPTO, PROCESO, ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS, ESTIMACIÓN DE COSTOS, SELECCIÓN DEL MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS, FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS CONDICIONANTES DEL PRECIO, COSTO TOTAL, COSTO MARGINAL, PRECIOS DE LANZAMIENTO, PRECIOS DE PENETRACIÓN.
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN: IMPORTANCIA, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS.
PLANES TARIFARIOS: POLÍTICAS DE PAGO, NORMAS, APLICACIÓN, PRODUCTOS, SERVICIOS.

PROMOCIÓN: CONCEPTO, APLICACIÓN, PAQUETES, PLANES, PROGRAMAS.
CANALES Y SOPORTES DE PROMOCIÓN: CLASIFICACIÓN, IMPORTANCIA, CARACTERÍSTICAS.
PUBLICIDAD: CONCEPTO, APLICACIÓN, CARACTERÍSTICAS.
FOLLETOS: TIPOS, INTERPRETACIÓN, MANEJO, CLASES.
TÉCNICAS DE VENTAS: OBJECIONES, CIERRE DE VENTAS, SERVICIO POST -VENTA.
POLÍTICAS DE PAGO: DEFINICIÓN, CLASES, APLICACIÓN.
POLÍTICAS COMERCIALES: IMPORTANCIA, APLICACIÓN, NORMAS.
NORMATIVIDAD COMERCIAL: DEFINICIÓN, INTERPRETACIÓN, APLICACIÓN.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

CLASIFICAR DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE CLIENTE Y SEGMENTOS DE MERCADO.
INTERPRETAR EL PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA ORGANIZACIÓN.
ATIENDE A LOS CLIENTES IDENTIFICANDO SUS NECESIDADES Y BRINDÁNDOLES INFORMACIÓN.
PRESENTAR DIFERENTES OPCIONES DE NEGOCIACIÓN A LOS CLIENTES.
PROMOCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL PORTAFOLIO APLICANDO TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN.
ATENDER LOS REQUERIMIENTOS ESPECIALES DE LOS CLIENTES SEGÚN POLÍTICAS DE VENTA.
INFORMAR TARIFAS DESCUENTOS Y PLANES COMERCIALES Y POLÍTICAS DE PAGO DEFINIDAS SEGÚN PRODUCTO SELECCIONADO.
APLICAR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN SEGÚN MERCADO IDENTIFICADO.
REALIZAR SEGUIMIENTO A LA VENTA REALIZADA.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UTILIZA CANALES Y SOPORTES DE PROMOCIÓN, AJUSTADOS AL TIPO DE SEGMENTO QUE SE QUIERE LLEGAR Y A LOS PARÁMETROS COMERCIALES DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.
APLICA LAS TÉCNICAS DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS PROTOCOLOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
DEFINE TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
MANEJA LAS SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES DE LOS CLIENTES DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	TÉCNICO, TECNÓLOGO O PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS. TRABAJAR EN EQUIPO ESTABLECER PROCESOS COMUNICATIVOS ASERTIVOS MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS ASOCIADAS AL ÁREA OBJETO DE LA FORMACIÓN HABILIDADES EN EL MANEJO DE ATENCIÓN A USUARIOS
Experiencia laboral y/o especialización	MÍNIMO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PROGRAMAS TURÍSTICOS

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260602022	PROMOVER PROYECTOS COMUNITARIOS SEGÚN OBJETIVO SOCIAL.

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Formular un proyecto comunitario de acuerdo con objetivos previamente definidos.
Participar en la implementación de un proyecto comunitario según un plan de trabajo.
Monitorear el avance y logro de las metas fijadas con base en indicadores establecidos.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN

260602022-01 FORMULAR UN PROYECTO COMUNITARIO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PREVIAMENTE DEFINIDOS

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

EL PLAN DE NEGOCIOS, CONCEPTO:
- EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
- TRABAJO EN EQUIPO, LIDERAZGO, TOMA DE DECISIONES
- ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA: MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, METAS, POLÍTICAS, ESTRATEGIAS FA-DO.
- ORGANIZACIÓN, ASPECTOS LEGALES
- ASOCIATIVIDAD EN RED
- PRESENTACIÓN DEL ESBOZO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

ESTRUCTURAR EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN DE ACURDO CON LA MISIÓN, VISIÓN Y EL TIPO DE EMPRESA

IDENTIFICAR LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO PARA LA REGIÓN CONFORME A LAS POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS GUBERNAMENTALES (PLANES DE DESARROLLO NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y LOCAL).

ESBOZAR LA PRESENTACIÓN PLAN DE NEGOCIOS BASE DE ACUERDO CON LA METODOLOGÍA Y LAS NORMAS TÉCNICAS.

IDENTIFICAR LOS INSTRUMENTOS Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO O CAPITALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INVERSIÓN Y OPERACIÓN EN EL MEDIANO Y LARGO PLAZO.

IMPLEMENTAR LAS MEDIDAS CORRECTIVAS SEGÚN NIVEL DE RESPONSABILIDAD Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

INTERACTÚA CON LOS MIEMBROS DEL EQUIPO DE TRABAJO, BUSCANDO LA CONSTRUCCIÓN DE UN FUTURO COMPARTIDO.

PRESENTA CON OBJETIVIDAD LOS INFORMES DE LOS ANÁLISIS, SIMULACIONES Y PROYECCIONES TENIENDO EN CUENTA LA DECISIÓN QUE SE TOMA A LA INSTANCIA PERTINENTE EN LA ORGANIZACIÓN.

IMPLEMENTA CON RESPONSABILIDAD LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN OBJETO DE ANÁLISIS EN LA ORGANIZACIÓN TENIENDO EN CUENTA LA METODOLOGÍA, LOS RECURSOS, LAS DIFICULTADES, EN LA TOMA

DECISIONES.
PRESENTA EL ESBOZO DEL PLAN DE NEGOCIOS DE MANERA COHERENTE Y PERTINENTE A LA

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	PROFESIONALES, TÉCNICOS O TECNÓLOGOS EN EL ÁREA TURÍSTICA Y HOTELERA.
Competencias mínimas	CON COMPETENCIAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL, FORMULACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS PRODUCTIVOS, PLANES DE NEGOCIO, CON CAPACIDAD DE GESTIÓN DE RECURSOS, CONOCIMIENTOS EN INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN Y MANEJO DE TIC, PROACTIVO PARA INDUCIR AL GRUPO HACIA LA CONFORMACIÓN DE UNIDADES PRODUCTIVAS SOSTENIBLES
Experiencia laboral y/o especialización	EXPERIENCIA DE VEINTICUATRO (24) MESES CON EXPERIENCIA DEMOSTRADA EN ELABORACIÓN DE PLANES DE COMERCIALIZACIÓN, PLANES DE NEGOCIO Y EN MERCADEO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, ARTESANALES, AGROINDUSTRIALES O DE SERVICIOS

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	MELIDA JIMENEZ VARGAS	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE GESTION ADMINISTRATIVA Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL. REGIONAL BOYACÁ	22/10/2012
Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	27/10/2012
Responsable del diseño	FLOR LUBIA LOPEZ	INSTRUCTOR	null. REGIONAL BOYACÁ	27/10/2012
Responsable del diseño	LYDA ESPERANZA MORENO	INSTRUCTOR	null. REGIONAL BOYACÁ	27/10/2012

Responsable del diseño	CAROL EDITH VALENCIA	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULA	CENTRO DE GESTION ADMINISTRATIVA Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL. REGIONAL BOYACÁ	27/10/2012
Responsable del diseño	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	07/11/2012
Responsable del diseño	FRANCISCO LUIS BEDOYA	ACTIVO: Solicitud de Activación de 3500 programas Dir. Gral. DEPURACION	null. DIRECCIÓN GENERAL	16/01/2013
Responsable del diseño	FRANCISCO LUIS BEDOYA	ACTIVO: Solicitud de Activación de 719 programas Dir. Gral.	null. DIRECCIÓN GENERAL	09/07/2013
Responsable del diseño	FRANCISCO LUIS BEDOYA	reversar ACTIVO: Solicitud de Activación de 719 programas Dir. Gral.	null. DIRECCIÓN GENERAL	09/07/2013
Aprobación	HENRY ALFONSO PASTRANA PRIETO		CENTRO DE LA INNOVACIÓN, LA AGROINDUSTRIA Y LA AVIACIÓN. REGIONAL ANTIOQUIA	07/11/2012