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

Fecha de Elaboración	24/03/2020
Denominación del Programa de Formación	TÉCNICAS DE VENTA
Modalidad de Ejecución	FORMACION COMPLEMENTARIA
Código y versión del Programa	63110025 VERSION 1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos -Aura María Restrepo Mejía** **Regional y Centro de formación - Quindío 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			
N/A	N/A	REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN	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 LA EMPRESA	Realizar el proceso de venta de productos o servicios siguiendo aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar conforme a protocolos establecidos de la empresa.	40	0	Clase magistral - Estudio de caso -Juego de Roles - Mesa Redonda - Juego de saberes - Debate	AMBIENTE DE APRENDIZAJE DOTADO CON MESAS Y SILLAS	lápices, agenda, marcadores, hojas, borrador	1	1. 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	(CONOCIMIENTO) Respuestas a preguntas de acuerdo a conceptos y principios vistos. (DESEMPEÑO) Observación directa al aprendiz, realizando el proceso de venta de productos o servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo prcedimiento de negociación (PRODUCTO) Observación directa del proceso de venta y procedimiento para la negociación conforme a políticas de la organización	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnicas de Venta
- Código del Programa de Formación: 63110025 V1
- Nombre del Proyecto: N/A
- Fase del Proyecto: N/A
- Actividad de Proyecto: N/A
- Competencia: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
- Resultados de Aprendizaje:

✓ 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 la organización

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Respetado aprendiz, este programa busca formar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico y social de las organizaciónes, a lo largo del aprendizaje será direccionado para realizar de manera competente 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 y estructurar propuestas y contrapropuestas de los productos y servicios según necesidades y requerimientos de los clientes. Recuerde que este proceso de enseñanza debe estar acompañado de su compromiso y disciplina, lo invito a participar de manera activa y entusiasta en el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión inicial: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Antes de iniciar las actividades de aprendizaje es importante identificar las problemáticas del contexto social y productivo; en el desarrollo de esta actividad, propia de la competencia *realizar negociación con los proveedores y clientes*, *según los objetivos y estrategias establecidas por la organización*, en grupos de trabajo, deberán analizar el vídeo, imagen, o situación problema entregada por el instructor; cada integrante del grupo debe participar activamente para dar respuesta y reflexionar sobre los siguientes aspectos:

- ✓ ¿Qué observa en la imagen?
- ✓ ¿Cuáles creen que son las principales características de un vendedor?
- ✓ ¿Cuáles técnicas de argumentación utilizarían para la negociación y cierre de ventas?
- ✓ ¿Cuáles considera deben ser las políticas de venta de las empresas relacionadas en la imagen?

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje



Imágenes referenciadas de internet

3.2 Actividad de Contextualización: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

En la actividad anterior se pudo reflexionar sobre el proceso de la venta aplicando técnicas de argumentación y cierre para seguir una negociación acorde al mercado y conforme a lo estipulado por la organización. Con el fin de identificar los conceptos relacionados con el tema en desarrollo, se invita al aprendiz a simular una situación donde se encuentre en un sitio comercial donde se lleven a cabo procesos de venta (supermercados, centros comerciales, tiendas, etc) y una vez identificado el lugar debe realizar el siguiente ejercicio:

- ✓ Identificar el mercado especifico donde se realiza el proceso de venta
- ✓ Características y beneficios del producto o servicio

- ✓ ¿Qué aspecto considera que tuvo en cuenta el comprador para adquirir o no el producto?
- ✓ Identificar las características de la negociación
- ✓ Identificar los cierres de venta
- ✓

3.3 Actividad de apropiación del conocimiento: Tiempo establecido para esta actividad 4 horas

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y la aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes a las características del mercado, de producto o servicio, técnicas de venta, acuerdos, objeciones y cierre, la presentación, la negociación y la comunicación.

Debe tener en cuenta los requerimientos para el alcance de las competencias que propone el programa de formación mediante la presente actividad de apropiación de conocimiento. Para el logro de los resultados, de se hace necesario que el aprendiz apropie conocimientos basados en las características del mercado, la presentación de productos o servicios, las estrategias comerciales y demás características inmersas en los procesos de venta, conforme al comportamiento de los clientes; para esta actividad se apropiarán las ***20 razones porque la gente compra.***

- **Acción Interpretativa:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 8 horas

La actividad de aprendizaje 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 la organización, permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender los procesos de los contratos comerciales, acordar términos de negociación y estructurar propuesta y contrapropuestas según las necesidades de los clientes. A lo anterior, se dará inicio con la verificación de los conceptos y procesos orientados por el instructor que se encuentran a continuación en el material de apoyo:

- **ACUERDOS ENTRE LAS PARTES**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, según indicaciones, interpreten a través de un estudio de caso, el proceso de realización de un contrato comercial según normas legales vigentes y acuerdo entre las partes.



Imagen referenciada de internet

- **EL PROCESO DE LA NEGOCIACIÓN**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, a través de un juego de roles ***identifique el procedimiento para negociar un producto o servicio.***



Imagen referenciada de internet

- **Acción Argumentativa:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

- **LA NEGOCIACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

Los aprendices, de forma individual o en equipos de trabajo según instrucciones del instructor responsable de la formación, deberán participar de una mesa redonda que les permita socializar y ***Acordar los términos de negociación con proveedores y clientes según objetivos y estrategias establecidas por la organización***.	 Imagen referenciada de internet

- **Acción Propositiva de conocimiento:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Acorde con los temas y talleres anteriormente socializados sobre el proceso de venta de un producto o servicio, aplicando técnicas de argumentación y cierre de venta siguiendo procedimientos para negociar según protocolos establecidos, el aprendiz de manera individual y/o en equipos de trabajo, deberá responder preguntas en una actividad de juego de saberes, dirigida por el instructor responsable de la formación.	 *Imagen referenciada de internet*

- **Acción Propositiva de producto:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

PROPUESTAS Y CONTRAPROPUESTAS



Imagen referenciada de internet

Teniendo en cuenta las actividades y habilidades desarrolladas anteriormente, los aprendices divididos en dos grupos deberán estructurar y argumentar a través de la técnica del debate (evidencia de producto que será asignada por el instructor como) **las propuestas y contrapropuestas de los productos y servicios según necesidades y requerimientos de los clientes.**

- **Actividad de Transferencia:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices deberán transferir los conocimientos y las habilidades adquiridas durante todo el proceso formativo, correspondiente a ***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 la organización*** a través de una actividad simulada de venta, que asignará el instructor responsable de la formación, donde cada aprendiz o grupo de trabajo, según indicaciones, deberá presentar en la alternativa de su preferencia (imágenes, diálogos, etc) un proceso de venta evidenciando el acuerdo entre las partes, los procedimientos para la negociación y cierre de venta y las técnicas de argumentación aplicadas según los protocolos establecidos por la organización.



Imagen referenciada de internet

- **Ambiente Requerido:** ambiente de aprendizaje con ventilación, luz , dotado de mesas y sillas
- **Materiales :**

Resma de papel	1
Lápices	25
Marcador recargable Rojo	1
Marcador recargable Negro	1
Papel Bond (pliego)	13
Marcadores permanentes de colores	10
Cartulina (pliego)	9

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas
Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: - Acuerdos entre las partes - El proceso de la negociación - La negociación en las organizaciones - Propuestas y contrapropuestas **Evidencias de Desempeño y producto:** **Estas evidencias buscan en el aprendiz** Reconocer la importancia del proceso de venta de un producto o servicio.	-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	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Cuestionario, mesa redonda, estudio de casos, etc. **Técnica:** Observación directa **Instrumento:** Lista de chequeo con indicadores para desempeño y producto

Formular contratos comerciales según normatividad legal vigente Identificar técnicas de argumentación y cierre de ventas Aplicar técnica de argumentación para negociar productos o servicios Definir procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico y según políticas de la organización Formular propuestas y contrapropuestas según perfil del cliente		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: persona que accede a un producto o servicio a cambio de un pago

Venta: proceso que permite que el vendedor de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga las necesidades del comprador con beneficio mutuo.

Contrato: acuerdo legal, oral o escrito, manifestado en común entre dos o más personas con capacidad jurídica

Producto: Objeto que se ofrece en un mercado o determinado grupo de personas que satisfacen una necesidad

Técnica : Conducta que lleva a cabo un procedimiento para llegar a un fin.

Norma legal: o ley es toda disposición normativa emanada de un cuerpo legislativo estatal.

Comunicación: La comunicación es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

Propuesta: oferta o invitación que alguien dirige a otro o a otros, persiguiendo algún fin; que puede ser concretar un negocio, una idea, una relación personal, un proyecto laboral o educacional, una actividad lúdica

Contrapropuesta: Propuesta o proposición con la que se contesta o se impugna otra formulada anteriormente

Consumidor: persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios

Herramienta : es aquel elemento elaborado con el objetivo de hacer más sencilla una determinada actividad.

Proceso: secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.

Negociación : proceso de intercambio de información y compromisos en el cuál dos o más partes, que tienen intereses comunes y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo.

Perfil de cliente : representan a un segmento de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra

Servicios: es una actividad o conjunto de actividades que realizan una persona o una empresa para satisfacer necesidades o deseos no materiales; de información, formación, asistencia técnica agropecuaria, educación, transporte, comunicación.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- ✓ Casas Orencio, E. (2010) *Técnicas de Venta de Productos o Servicios:* México: Miguel Ängel Porrua
- ✓ Gabaldon, F (2006) *Técnicas de Negociación*. Lulu. Com
- ✓ *Kozicki , S (2012) EL Negociador Creativo. México de Vecchini Ediciones S.A*
- ✓ *Sistemas de Biblioteca http://biblioteca.sena.edu.co/*
- ✓

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	26/ 03 / 2020

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	26/ 08 / 2020	Actualización Formato SIGA



	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. LISTA DE CHEQUEO (o Lista de verificación, o de observación) LCHD

Programa de Formación: Técnicas de Venta

Código: 63110025 Versión 1 No. De Ficha:

Competencia: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.

Resultados de aprendizaje:

- ✓ 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 la organización.

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Aura María Restrepo Mejía Nis Sofia:

2. **CUERPO DEL INSTRUMENTO**:

LISTA DE CHEQUEO EVIDENCIAS

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Realiza contratos comerciales según normatividad legal vigente			
2	Identifica técnicas de argumentación y cierre de ventas según objetivos y estrategias de la organización			
3	Reconoce la importancia del proceso de venta de un producto o servicio			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

4	Aplica técnica de argumentación para negociar productos o servicios			
5	Realiza procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico y según políticas de venta de la organización			
6	Formula propuestas y contrapropuestas según perfil del cliente			

.

4. RESULTADOS: Aprobado ☐ Deficiente ☐

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia marzo de 2020

_____
Firma del Aprendiz

Aura María Restrepo Mejía
Firma Instructor

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

Fecha de Elaboración	30/04/2020
Denominación del Programa de Formación	Mercadeo y Ventas
Modalidad de Ejecución	Formación Complementaria
Código y versión del Programa	06110097 Versión 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** **Aura María Restrepo Mejía** **Regional Quindío- 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			

N/A	N/A	Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.	**1. Identificar el segmento del mercado**	**Identificar el segmento del mercado**	10		Estudio de caso Juego de Roles	Ambiente de aprendizaje dotado con mesas y sillas	lápices, agenda, marcadores, hojas, borrador	1	1.Maneja adecuadamente los conceptos de mercadeo. 2.Aplica las estrategias de mercadeo precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnostico realizado y su producto a comercializar. 3.Define el segmento del D15mercado y sus criterios 4.Define los objetivos del Plan de Mercadeo H15	**(CONOCIMIENTO) Respuestas a preguntas de acuerdo a conceptos y principios vistos.** **(DESEMPEÑO) Observación directa al aprendiz de actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa** **(PRODUCTO) Observación directa de las actividades, estrategias, plan de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa**	
			2. Estructurar estrategias de mercado en las diferentes áreas y tipos de formato	Aplicar estrategias de mercadeo en las diferentes áreas y formatos	10		Prueba de conocimiento Mesa redonda						
			3. Realizar proyección de ventas	Definir proyección de ventas	10		Clase magistral						
			4.Establecer plan de mercadeo	Aplicar plan de mercadeo	10		Juego de Saberes Clínica de ventas						

PROCESO DE GESTIÓN 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: 06110097 V1
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada) : N/A
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada) : N/A
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada) : N/A
- Competencia : Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  - ✓ Identificar el segmento del mercado
  - ✓ Estructurar estrategias de mercado en las diferentes áreas y tipos de formato
  - ✓ Realizar proyección de ventas
  - ✓ Establecer plan de mercadeo
- Duración de la Guía : 40 Horas

2. PRESENTACIÓN

Respetado aprendiz, este programa busca formar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico y social de las organizaciónes, a lo largo del aprendizaje será direccionado para realizar de manera competente actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.. Recuerde que este proceso de enseñanza debe estar acompañado de su compromiso y disciplina, lo invito a participar de manera activa y entusiasta en el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión inicial: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Antes de iniciar las actividades de aprendizaje es importante identificar las problemáticas del contexto social y productivo; en el desarrollo de esta actividad, propia de la competencia : Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa, en grupos de trabajo o de manera individual deberán analizar el vídeo, imagen, o situación problema entregada por el instructor; cada integrante del grupo debe participar activamente para dar respuesta y reflexionar sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Observe la imagen
- ✓ ¿Qué situación se presenta allí?
- ✓ ¿Qué nos motiva a comprar?



Imagen referenciada de internet

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje

3.2 Actividad de Contextualización: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

En la actividad anterior se pudo reflexionar sobre planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa. Con el fin de identificar los conceptos relacionados con el tema en desarrollo, se invita al aprendiz a simular una situación donde se encuentre en un sitio comercial donde se lleven a cabo negociaciones de productos o servicios (supermercados, centros comerciales, tiendas, etc) y una vez identificado el lugar debe elegir un producto o servicio y realizar el siguiente ejercicio:

- ✓ Identificar a que público objetivo va dirigido ese producto o servicio
- ✓ Que aspecto considera tiene en cuenta un comprador para adquirir o no el producto?
- ✓ Enumerar 5 estrategias que utilizaría para ofrecer el producto o servicio
- ✓ De qué otras formas se podría impulsar ese producto o servicio

3.3 Actividad de apropiación del conocimiento: Tiempo establecido para esta actividad 4 horas

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante la aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes a planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa. Por lo tanto, Identificar el segmento del mercado, estructurar estrategias de mercado en las diferentes áreas y tipos de formato, realizar proyección de ventas y establecer plan de mercadeo. Debe tener en cuenta los requerimientos para el alcance de las competencias que propone el programa de formación mediante la presente actividad de apropiación de conocimiento. Para el logro de los resultados, se hace necesario que el aprendiz apropie conocimientos basados en la diferencia de mercadeo y ventas, entorno de la empresa, tendencia e inveatigación de mercados , para esta actividad se apropiarán el conocimiento ¿Qué es el Mercadeo?.

- **Acción Interpretativa:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 8 horas

La actividad de aprendizaje identificar el segmento del mercado, permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender concepto de mercadeo, segmentacion del mercado,caracterisictas de los clientes. A lo anterior, se dará inicio con la verificación de los conceptos y procesos orientados por el instructor que se encuentran a continuación en el material de apoyo:

- **Segmentación del mercado**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, según indicaciones, interpreten a través de un estudio de caso, las características y criterios de la segmentación.



Imagen referenciada de internet

- **Tipos de Segmentación**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, a través de un juego de roles, identifique el tipo de segmentación acorde a la situación.



Imagen referenciada de internet

- **Tipos de Clientes**



Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, según indicaciones, interpreten a través de una prueba de conocimiento los tipos de clientes.

Imagen referenciada de internet

- **Acción Argumentativa :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Teniendo en cuenta las actividades realizadas anteriormente, los aprendices, de forma individual o en equipos de trabajo según instrucciones del instructor responsable de la formación, deberán realizar y participar de una mesa redonda que les permita socializar y comentar sobre los aspectos más importantes asimilados durante el desarrollo de la actividad de aprendizaje estructurar estrategias de mercado en las diferentes áreas y tipos de formato.	 Imagen referenciada de internet

- **Acción Propositiva de conocimiento :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Acorde con los temas y talleres anteriormente socializados sobre actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa, el aprendiz de manera individual y/o en equipos de trabajo, deberá responder preguntas en una guerra de conocimientos, dirigida por el instructor responsable de la formación.	 *Imagen referenciada de internet*

- **Acción Propositiva de producto :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

	Teniendo en cuenta las actividades y habilidades desarrolladas anteriormente, los aprendices deberán trabajar de manera individual o en grupo, de acuerdo con las indicaciones del instructor, con el fin de realizar una clínica de ventas (que será asignada por el instructor como evidencia de producto) donde se evidenciará el resultado de Proyección de Ventas. *Imagen referenciada de internet*

- **Actividad de Transferencia :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas



Imagen referenciada de internet

Una vez desarrollada las actividades anteriores los aprendices deberán transferir los conocimientos y las habilidades adquiridas durante todo el proceso formativo, correspondiente a establecer el plan de mercadeo**,** a través de una actividad simulada que asignará el instructor responsable de la formación, donde cada aprendiz o grupo de trabajo, según indicaciones, deberá presentar en la alternativa de su preferencia (imágenes, diálogos, etc) un producto de consumo masivo, su segmentación, proyección de venta y estrategias de mercadeo para su presentación.

- **Ambiente Requerido:** ambiente de aprendizaje con ventilación, luz , dotado de mesas y sillas
- **Materiales :**

Resma de papel	1
Lápices	25
Marcador recargable Rojo	1
Marcador recargable Negro	1

Papel Bond (pliego)	13
Marcadores permanentes de colores	10
Cartulina (pliego)	9

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas
Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : - Segmentación del mercado - Estrategias de mercado - Proyección de ventas **Evidencias de Desempeño y producto:** **Estas evidencias buscan en el aprendiz** Reconocer la importancia de los conceptos básicos de mercadeo. Mencionar los componentes del mercadeo. Identificar las estrategias mercadeo para un mercado específico Describir tipos de segmentación Formular Plan de mercadeo	-Maneja adecuadamente los conceptos de mercadeo. - Aplica las estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnostico realizado y su producto a comercializar. -Define el segmento del mercado y sus criterios -Define los objetivos del Plan de Mercadeo	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Cuestionario, foro, mesa redonda, estudio de casos, juego interactivo, etc. **Técnica:** Observación directa **Instrumento:** Lista de chequeo con indicadores para desempeño y producto

Efectuar técnicas para la proyección de ventas. Definir las técnicas de venta de acuerdo a los perfiles de los clientes		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: persona que accede a un producto o servicio a cambio de un pago

Venta: proceso que permite que el vendedor de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga las necesidades del comprador con beneficio mutuo.

Mercadeo: conjunto actividades que se realizan para identificar las necesidades de un público determinado con el objeto de brindarle productos o servicios para satisfacerlos de la forma más adecuada.

Producto: Objeto que se ofrece en un mercado o determinado grupo de personas que satisfacen una necesidad

Proyección de ventas : cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa en un período de tiempo futuro.

Comunicación: L actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

Estrategia: plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre

Segmentación de mercado: divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas

Consumidor: persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios

Técnica : conjunto de procedimientos, reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo

Proceso: secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.

Perfil de cliente : representan a un segmento de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra

Servicios: actividad o conjunto de actividades que realizan una persona o una empresa para satisfacer necesidades o deseos no materiales; de información, formación, asistencia técnica agropecuaria, educación, transporte, comunicación.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- ✓ KINNEAR, T. (Quinta edición). (1998). *Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado. Mc Graw Hill.*
- ✓ ACOSTA, T. Alberto. *Curso Básico de Administración de Empresas, V tomo: Mercadeo. Editorial Norma S.A. 1998.*
- ✓ *Boanerges C Jesús, Cartilla No 3 El Mercadeo/ Gestión de Microempresas*
- ✓ *Sistemas de Biblioteca http://biblioteca.sena.edu.co/*

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	20/ 03 / 2020

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	26/ 08 / 2020	Actualización formato SIGA- 135

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. LISTA DE CHEQUEO (o Lista de verificación, o de observación) LCHD

Programa de Formación: Mercadeo y Ventas

Código: 06110097 Versión 1 No. De Ficha:

Competencia: : Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.

Resultados de aprendizaje:

- ✓ Identificar el segmento del mercado
- ✓ Estructurar estrategias de mercado en las diferentes áreas y tipos de formato
- ✓ Realizar proyección de ventas
- ✓ Establecer plan de mercadeo

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Aura María Restrepo Mejía Nis Sofia:

2. **CUERPO DEL INSTRUMENTO**:

LISTA DE CHEQUEO EVIDENCIAS

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Maneja adecuadamente los conceptos del mercadeo			
2	Aplica las estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnóstico realizado y su producto a comercializar.			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

3	Reconoce el segmento del mercado y sus criterios			
4	Aplica técnicas para la proyección de ventas			
5	Realiza procedimientos para Describir tipos de segmentación			
6	Formula objetivos del Plan de Mercadeo			

.

4. RESULTADOS: Aprobado ☐ Deficiente ☐

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia marzo de 2020

_____
Firma del Aprendiz

Aura María Restrepo Mejía
Firma Instructor