# TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

**INSTRUCTOR:** OSCAR ANDRES LOPEZ VALENCIA

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

**FECHA INICIAL:** 01/08/2021 00:00:00

**FECHA FINAL:** 31/08/2021 23:59:59

## ACTIVIDADES ACADÉMICAS

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 2282342 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO. |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEPENDIENDO DE LAS CLÁUSULAS ESTABLECIDAS POR LA CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, LOS TÉRMINOS CONTRACTUALES ACORDADOS POR EL COMPRADOR Y VENDEDOR, ANALIZANDO LOS FLETES, SEGUROS Y SERVICIOS PORTUARIOS Y ADUANEROS DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES CON BASE EN LAS POLÍTICAS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA. |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

INFORMAR A LOS CLIENTES LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO Y CONDICIONES DE ENTREGA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA, INFORMANDO SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POST VENTA APLICADOS DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS, CON BASE EN LA POLÍTICA DE SERVICIO ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

OBSERVAR EL PROCESO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA UTILIZADA, APOYANDO LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, EXHIBICIÓN REFORZANDO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, ARGUMENTOS SOBRE BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS CON CALIDAD, PRECIO, NECESIDADES A SATISFACER TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA

PRESENTAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL APOYO DE MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES CON GRÁFICOS Y ANIMACIONES, PRESENTANDO INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS RESPALDADA CON LA CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR, CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS A PARTIR DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA DATOS Y ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, REALIZANDO UN DIAGNÓSTICO DE MERCADOS QUE IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO EN PROYECCIONES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADÓLOGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO

DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |

**HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** 33,00

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 2176009 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS. |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

ANALIZAR LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEPENDIENDO DE LAS CLÁUSULAS ESTABLECIDAS POR LA CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, LOS TÉRMINOS CONTRACTUALES ACORDADOS POR EL COMPRADOR Y VENDEDOR, ANALIZANDO LOS FLETES, SEGUROS Y SERVICIOS PORTUARIOS Y ADUANEROS DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES CON BASE EN LAS POLÍTICAS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA. |

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

INFORMAR A LOS CLIENTES LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO Y CONDICIONES DE ENTREGA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA, INFORMANDO SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POST VENTA APLICADOS DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS, CON BASE EN LA POLÍTICA DE SERVICIO ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

OBSERVAR EL PROCESO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA UTILIZADA, APOYANDO LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, EXHIBICIÓN REFORZANDO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, ARGUMENTOS SOBRE BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS CON CALIDAD, PRECIO, NECESIDADES A SATISFACER TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA

PRESENTAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL APOYO DE MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES CON GRÁFICOS Y ANIMACIONES, PRESENTANDO INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS RESPALDADA CON LA CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR, CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS A PARTIR DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA DATOS Y ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, REALIZANDO UN DIAGNÓSTICO DE MERCADOS QUE IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO EN PROYECCIONES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADÓLOGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |

| | |
|---|---|
| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 35,00 |

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 2282284 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA |

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEPENDIENDO DE LAS CLÁUSULAS ESTABLECIDAS POR LA CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, LOS TÉRMINOS CONTRACTUALES ACORDADOS POR EL COMPRADOR Y VENDEDOR, ANALIZANDO LOS FLETES, SEGUROS Y SERVICIOS PORTUARIOS Y ADUANEROS DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES CON BASE EN LAS POLÍTICAS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

INFORMAR A LOS CLIENTES LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO Y CONDICIONES DE ENTREGA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA, INFORMANDO SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POST VENTA APLICADOS DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS, CON BASE EN LA POLÍTICA DE SERVICIO ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

OBSERVAR EL PROCESO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA UTILIZADA, APOYANDO LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, EXHIBICIÓN REFORZANDO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, ARGUMENTOS SOBRE BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS CON CALIDAD, PRECIO, NECESIDADES A SATISFACER TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA

PRESENTAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL APOYO DE MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES CON GRÁFICOS Y ANIMACIONES, PRESENTANDO INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS RESPALDADA CON LA CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR, CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS A PARTIR DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA DATOS Y ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, REALIZANDO UN DIAGNÓSTICO DE MERCADOS QUE IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO EN PROYECCIONES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADÓLOGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 33,00 |
|---|---|

**FICHA DE APRENDIZAJE:** 2282226 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. |

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEPENDIENDO DE LAS CLÁUSULAS ESTABLECIDAS POR LA CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, LOS TÉRMINOS CONTRACTUALES ACORDADOS POR EL COMPRADOR Y VENDEDOR, ANALIZANDO LOS FLETES, SEGUROS Y SERVICIOS PORTUARIOS Y ADUANEROS DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES CON BASE EN LAS POLÍTICAS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

INFORMAR A LOS CLIENTES LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO Y CONDICIONES DE ENTREGA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA, INFORMANDO SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POST VENTA APLICADOS DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS, CON BASE EN LA POLÍTICA DE SERVICIO ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

OBSERVAR EL PROCESO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA UTILIZADA, APOYANDO LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, EXHIBICIÓN REFORZANDO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, ARGUMENTOS SOBRE BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS CON CALIDAD, PRECIO, NECESIDADES A SATISFACER TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA

PRESENTAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL APOYO DE MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES CON GRÁFICOS Y ANIMACIONES, PRESENTANDO INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS RESPALDADA CON LA CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR, CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS A PARTIR DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA DATOS Y ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, REALIZANDO UN DIAGNÓSTICO DE MERCADOS QUE IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO EN PROYECCIONES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADÓLOGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |

| | |
|---|---|
| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 33,00 |

| | |
|---|---|
| **FICHA DE APRENDIZAJE:** | 2281753 - NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | ANALIZAR LOS RESULTADOS CONTABLES Y FINANCIEROS SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | CONTROLAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMATIVIDAD VIGENTE Y ACUERDOS ENTRE LAS PARTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COORDINAR EL TRANSPORTE SEGÚN MEDIOS Y MODOS. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | COSTEAR LA CADENA DE APROVISIONAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN LOGÍSTICO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DESARROLLAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DEL MERCADO, IDIOSINCRASIA, CULTURA Y NECESIDAD DE LOS CLIENTES. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DILIGENCIAR LOS DOCUMENTOS SEGÚN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS A NIVEL INTERNO Y EXTERNO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | DIRIGIR EL TALENTO HUMANO SEGÚN NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. |

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: EFECTUAR LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE ACUERDO A LAS REQUISICIONES COMERCIALES SEGÚN ACUERDOS ENTRE LAS PARTES.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ANALIZAR LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL DEPENDIENDO DE LAS CLÁUSULAS ESTABLECIDAS POR LA CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, LOS TÉRMINOS CONTRACTUALES ACORDADOS POR EL COMPRADOR Y VENDEDOR, ANALIZANDO LOS FLETES, SEGUROS Y SERVICIOS PORTUARIOS Y ADUANEROS DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES NACIONALES E INTERNACIONALES CON BASE EN LAS POLÍTICAS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

INFORMAR A LOS CLIENTES LA DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO Y CONDICIONES DE ENTREGA A TRAVÉS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA, INFORMANDO SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POST VENTA APLICADOS DE ACUERDO CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADQUIRIDOS, CON BASE EN LA POLÍTICA DE SERVICIO ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

OBSERVAR EL PROCESO DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA UTILIZADA, APOYANDO LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MUESTRAS, DEGUSTACIONES, EXHIBICIÓN REFORZANDO LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, ARGUMENTOS SOBRE BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS CON CALIDAD, PRECIO, NECESIDADES A SATISFACER TENIENDO EN CUENTA LA POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA

PRESENTAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON EL APOYO DE MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES CON GRÁFICOS Y ANIMACIONES, PRESENTANDO INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS O SERVICIOS RESPALDADA CON LA CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR, CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS A PARTIR DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: OPERAR LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN SEGÚN NORMAS Y POLÍTICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA DATOS Y ESTADÍSTICAS DE GESTIÓN Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, REALIZANDO UN DIAGNÓSTICO DE MERCADOS QUE IDENTIFIQUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS UTILIZANDO SOFTWARE ESPECIALIZADO EN PROYECCIONES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS

DETERMINAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE ACUERDO CON LOS PLANES DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA EL CUMPLIMIENTO DE METAS LOGRADAS EN UN PERIODO DE TIEMPO CON BASE EN LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA

DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA PRODUCTOS Y SERVICIOS Y EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES, LA GESTIÓN DE VENTAS Y LAS METAS FIJADAS POR LA ORGANIZACIÓN.

PREPARAR LOS INFORMES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO MERCADOLÓGICO, ELABORANDO EL PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS TÉCNICAS MERCADÓLOGICAS Y DE PLANEACIÓN DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS FIJADOS POR LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROCESAR LA INFORMACIÓN RECOLECTADA DE ACUERDO CON LOS MANUALES DE MANEJOS DE INFORMACIÓN. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS |

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN A PARTIR DE CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL COMBINANDO LAS VARIABLES PARA PRODUCIR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO O SERVICIO, IDENTIFICANDO EL SEGMENTO DE MERCADO CON BASE EN CARACTERÍSTICAS, INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE DESEA LLEGAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR BASADO EN LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

RECOPILAR LA INFORMACIÓN SOBRE COMPORTAMIENTO, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA SON RECOPILADAS PARA BASE DE DATOS DE POBLACIÓN POR EDADES, MAPAS, PLANOS, FOTOGRAFÍAS DEFINIENDO EL SEGMENTO OBJETIVO, DIVIDIENDO LOS PAÍSES EN GRUPOS HOMOGÉNEOS CON EL FIN DE QUE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS SEAN VÁLIDAS EN DISTINTOS PAÍSES POR LAS SIMILITUDES ECONÓMICAS Y CULTURALES, GEOGRÁFICAS, CLIMAS, COSTUMBRES, RELIGIÓN, TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN.

SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN TENIENDO EN CUENTA NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DETERMINANDO EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS LEGALES, SON DETERMINADOS PARA SEGMENTAR EL MERCADO Y EL POTENCIAL DE COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

| | |
|---|---|
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | PROYECTAR LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS SEGÚN EL PROCESO O UNIDADES DE NEGOCIO. |
| • COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: | RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA |

| | |
|---|---|
| **HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :** | 33,00 |

| TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: | 167,00 |
|---|---|

## EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

| FICHA | FECHA INICIO | FECHA FINAL | EVENTO | HORAS |
|---|---|---|---|---|

| TOTAL TIEMPO EDT´s: | 0,00 |
|---|---|

## ACTIVIDADES ADICIONALES

| FECHA INICIAL | FECHA FINAL | ACTIVIDAD | HORAS |
|---|---|---|---|

| TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES: | 0,00 |
|---|---|

**INSTRUCTOR:** OSCAR ANDRES LOPEZ VALENCIA

**CENTRO DE FORMACIÓN:** CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS