PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1 IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa De Formación: FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

Código: 63110176

Nombre del Proyecto: No aplica

Fase del proyecto: No aplica

Actividad de Proyecto:

Competencia: Negociar portafolio de acuerdo con categoría de producto o servicio.

Resultado de aprendizaje:

Analizar el proceso de negociación, teniendo en cuentas, las condiciones del mercado y políticas de la organización.

Duración de la Guía: 24 horas.

2 PRESENTACION

¡Estimado aprendiz!

Es innegable la importancia que tiene la negociación en nuestras vidas. Una negociación buena o mala puede llevarte al éxito o al fracaso. Conozcamos la importancia de esta técnica aplicada en los negocios.

La negociación está presente en todas las etapas de nuestras vidas. Desde adolescentes, cuando *negociamos* con nuestros padres el permiso para salir un fin de semana si obteníamos buenas notas, o hasta negociar con nuestro gerente sobre aumentar el presupuesto para nuestro plan de marketing.

Es decir, la negociación es un proceso que se basa en la comunicación entre dos o más partes intercambiando propuestas, donde los interesados se encuentren satisfechos con el acuerdo final.

En el caso de las negociaciones en las organizaciones, estas son intensamente competitivas y ahí radica la importancia de saber negociar. Sobre todo en esta época de recesión económica, una buena negociación cobra vital importancia.

Actualmente las empresas están inmersas en una lucha por atraer la atención del público y conseguir sus objetivos comerciales, por ello, vienen desarrollando se diferentes estrategias. Una de las más importantes es la negociación comercial. Y un profesional que tenga excelentes capacidades de negociación aportará enormes beneficios a la empresa, por esta razón -cada vez más- se contratan especialistas en esta materia que puedan ser determinantes en sus operaciones.

Con la esta guía de aprendizaje se busca que los aprendices cuenten con los conocimientos necesarios para Analizar el proceso de negociación, teniendo en cuentas, las condiciones del mercado y políticas de la organización.

3 ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDADES DE REFLEXIÓN INICIAL.

Antes de iniciar el desarrollo de actividades propuestas en ésta guía, es importante que reflexione en cuanto a los procesos de negociacion. Para esto, Observa el video compartido en la formación, también lo puede consultar por medio de este link https://www.youtube.com/watch?v=P2sAX-88Uic , una vez visto el video responde las siguientes preguntas



1. ¿Que piensas del video?
2. ¿Para usted es importante hacer una buena negociación? ¿Por qué?

Las respuestas de cada aprendiz serán compartidas durante la formación.

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

Estimado aprendiz de respuesta a los siguientes interrogantes y recuerda que para el desarrollo de esta actividad no debes realizar consultas bibliográficas.

1. ¿Qué son las negociaciones?
2. ¿Que son los clientes?
3. ¿Para usted que es entorno o contexto organizacional
4. ¿Conoce usted las características del mercado?
5. ¿Qué entiende por tipos de clientes?
6. ¿Que ha escuchado referente comportamiento de consumo de clientes reales y potenciales?

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

3.3.1 Evidencia 1: Introducción a Clientes y tipos de clientes

3.3.2 Teniendo en cuenta las orientaciones brindadas por su instructor, los materiales de apoyo a la formacion y la Biblioteca Virtual Sena (http://biblioteca.sena.edu.co), elabore y entregue lo siguiente:

1) Elabore un un trabajo escrito teniendo en cuenta el material de apoyo denominado **Clientes** recuerde que el debe llevar los siguientes Items

1. Portada
2. Intruccion
3. Definición de clientes
4. Tipos de clientes
5. Características de los clientes

6. Conclusiones

2) Elaboren un **ensayo** escrito con una extensión minima de 1 pagina en Word o 1 a mano, donde se de respuesta a las siguientes preguntas:

a) ¿Cuál es la importancia implementar las técnicas de negociación?

Para esto se puede apoyar del material de apoyo denominado **Estrategia y técnicas de negociación** compartido durante la formación por el instructor.

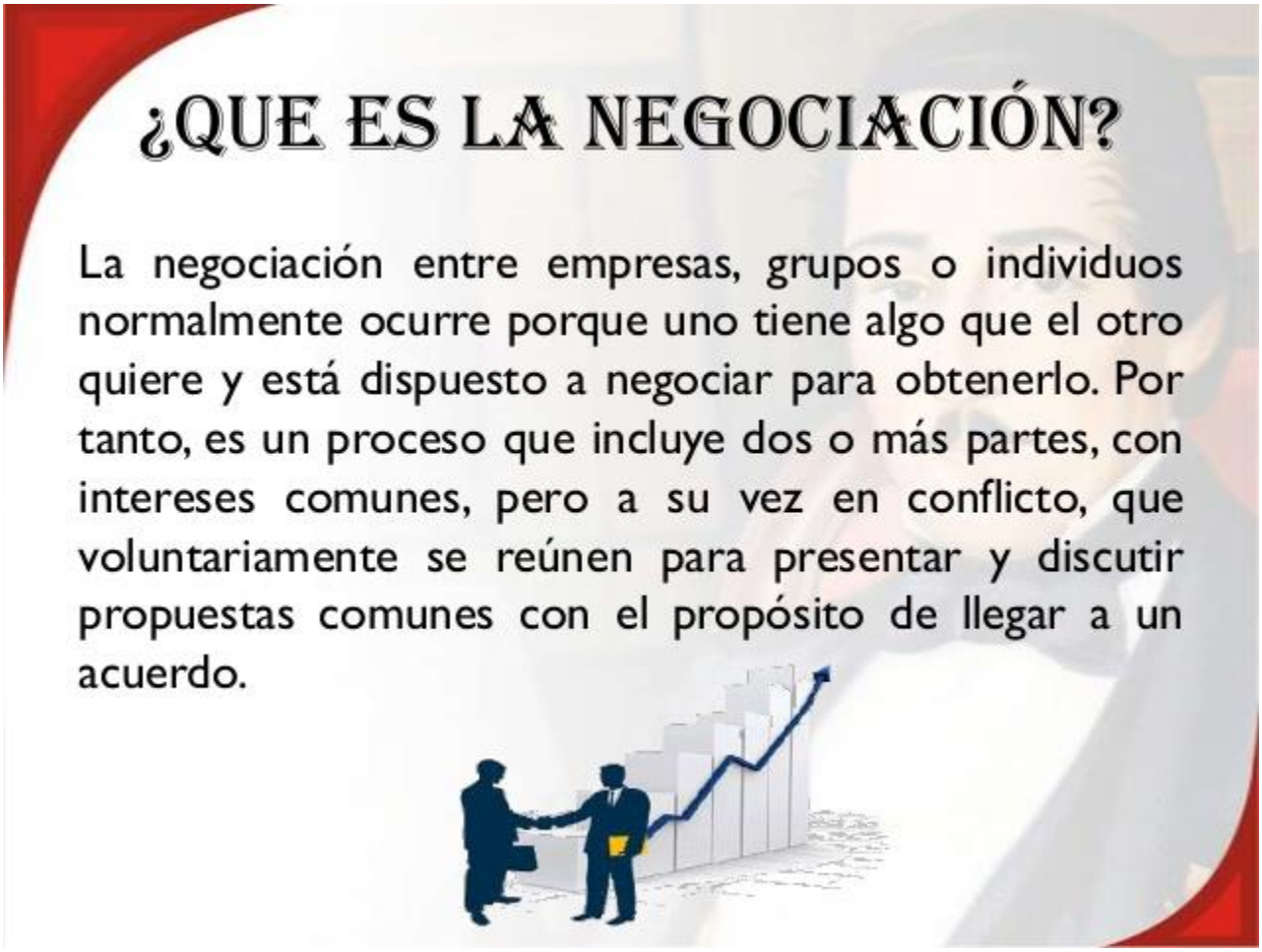
Recuerde que el ensayo…

¿Qué es?	¿Cómo se realiza?	¿Para que se utiliza?
Es el escrito en el cual un autor desarrolla sus ideas sin necesidad de mostrar el aparato erudito.	Se compone de: ✓ Apertura o introducción ✓ Desarrollo ✓ Cierre o conclusion	Generar la aproximación a diferentes áreas del conocimiento para abordar una problemática a través del análisis y la creatividad, desde diferentes perspectivas.

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

3.4.1 Evidencia 2: proceso de negociación.

Teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos hasta el momento realice un trabajo sobre como implementaría usted el proceso de negociacion de sus productos segun el tipo de cliente, recuerde la negociación es:



.

4 ACTIVIDADES DE EVALUACION

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de Producto: **Evidencia 1:** Introducción a clientes y tipos de clientes **Evidencia 2:** ensayo sobre Estrategia y técnicas de negociación	Caracteriza e identifica el entorno y segmento de la organización, teniendo en cuenta las condiciones del mercado y perfiles de los clientes.. Aplica las estrategias de negociación, teniendo en cuenta los aspectos legales y la política de la organización.	**Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento:** Lista de chequeo
Evidencias de desempeño: **Evidencia 2:** trabajo sobre la implementación de las Estrategia y técnicas de negociación		**Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento:** Lista de chequeo

5 GLOSARIO DE TERMINOS

Cliente: Es aquella persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que se necesita o desea para si mismo.

Clientes externo: aquellas personas que pagan y utilizan los servicios de una empresa, estos no pertenecen a la empresa.

Clientes internos: elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso, Después será entregado su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta terminarlo y colocarlo a la venta, y sea adquirido por un cliente externo.

Negociación: proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias». (Colosi y Berkely , 1981)

Negociación acomodativa: En este tipo de negociación, el negociador adopta una conducta más sumisa y conciliadora con respecto a la otra parte.

Negociación competitiva: Es un tipo de negociador agresiva, donde el interviniente espera lograr la mayor parte de los beneficios en el acuerdo. Aquí cobra menos importancia la relación con el oponente, pues lo fundamental es obtener el mejor resultado.

Negociación colaborativa: También conocida como cooperativa o integrativa. Es aquella en la que los dos negociadores salen ganando. Ambos muestran una conducta asertiva con el fin de llegar a un acuerdo que aporte más beneficios para los dos con el negocio o acuerdo.

7 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

HINDLE, Tim La negociación eficaz. Barcelona, Grijalbo, 1998

MANUEL, Fernando, y MARTÍNEZ-VILANOVA, Rafael Ténicas de negociación. Un método práctico. ESIC, Madrid, 1997 . SERRANO, Gonzalo,

RODRÍGUEZ, Dámaso Negociación en las organizaciones. Eudema, Madrid, 1993. LEBEL, Pierre El arte de la negociación. CEAC, 1990.

CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Karol Coquíes Ibarra	Instructor	CAA	Abril 2020

8 CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio