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

Fecha de Elaboración	12 de febrero 2022					
Denominación del Programa de Formación	VITRINISMO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO					
Modalidad de Ejecución	PRESENCIAL					
Código y versión del Programa	6212018					
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	**María Eugenia Ruiz Valencia**	**Regional Quindío, Centro de formación**				

COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	OBSERVACIONES
			HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
· FORMULAR LA ESTRATEGIA DE MERCHANDISING PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SU NATURALEZA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.	**01-** PLANEAR ACCIONES DE MERCHANDISING DE ACUERDO CON EL ENTORNO Y LA POLÍTICA DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN	**Acción interpretativa: Realizar taller por parte de los aprendices que visiten puntos de ventas que ellos escojan entre almacenes de grandes superficies y centros comerciales, identificar marca representativa y hablar sobre características de la exhibición comercial: ordenada, atractiva, creativa, limpia, comunicativa, atractiva, visible, accesible, masiva**	6	12	fotos de exhibiciones, presentación de los diferentes temas a traves de programas didacticos que motiven al aprendiz a prestar atención, adquirir el conocimiento y facilitar la practica	Ambiente de aprendizaje dotado de mesas, sillas, tablero, televisor,		instructor que cumpla con el perfil exigido para dar la formación	**Evidencia de producto El aprendiz identifica los diferentes tipos de exhibiciones y asi mismo sugiere ideas de como exhibir de acuerdo al producto que se le indica • Documento entregable Evidencias de Desempeño: Propuesta fisica o digital sobre exhibición de producto Identifica y aplica los conceptos y definiciones sobre tecnicas de exhibicón que le permitan clasificar categorias y definir tipo de exhibicón a aplicar Documento entregable sobre propuesta de exhibiclón Lista de chequeo Evidencia de Conocimiento: El aprendiz tiene conocimiento sobre los temas tratados en la formación Resolución de Cuestionario a traves de medios didacticos**	**Se realizará evidencia de producto, de desempeño y de conocimiento**	
	02- REALIZAR LAS ACCIONES A SEGUIR PARA DARLE CUMPLIMIENTO AL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.	**Acción Argumentiva: implementar en equipos de trabajo de a cuatro integrantes, exhibiciones de sus productos aplicando los conceptos aprendidos hasta el momento y exponer con sus palabras las características que están aplicando llevando las acciones hacia el cumplimiento de la competencia**	4HORAS	4HORAS	participación activa del apreniz mostrando sus propuestas de exhibicón de acuerdo a los temas vistos	Ambiente de aprendizaje dotado de mesas, sillas, tablero, televisor		instructor que cumpla con el perfil exigido para dar la formación			
	03- EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.	**Acción propositiva: Cada equipo de trabajo Desarrollará una prueba de conocimiento con conceptos aprendidos hasta el momento a traves de una evaluación didactica, el objetivo identificar temas que se dejan reforzar y hacerlo a traves de dinamicas**	4HORAS	4HORAS	philipps 66, exposición, interrogatorio, estudio de caso	Ambiente de aprendizaje dotado de mesas, sillas, tablero, televisor		instructor que cumpla con el perfil exigido para dar la formación			
	04- PROYECTAR ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICA DE LA COMPAÑÍA	**Dar a conocer conceptos para aplicar en el punto de venta con el objeto que su negocio sea rentable y el aprendiz proyecte su negocio con generación de rentabilidad**	4HORAS	4HORAS	philipps 67, exposición, interrogatorio, estudio de caso	Ambiente de aprendizaje dotado de mesas, sillas, tablero, televisor		instructor que cumpla con el perfil exigido para dar la formación			

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: VITRINISMO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO
- Código del Programa de Formación: 62120148
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia: 260101006 FORMULAR LA ESTRATEGIA DE MERCHANDISING PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SU NATURALEZA Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  01- PLANEAR ACCIONES DE MERCHANDISING DE ACUERDO CON EL ENTORNO Y LA POLÍTICA DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN
  02- REALIZAR LAS ACCIONES A SEGUIR PARA DARLE CUMPLIMIENTO AL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.
  03- EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
  04- PROYECTAR ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICA DE LA COMPAÑÍA
- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Este programa va dirigido a las personas que deseen adquirir conocimientos y ponerlos en practica, sobre exhibicíon de productos en almacenes de grandes superficies y del sector ecónomico para fortalecer aptitudes sobre comunicación comercial, conocimiento del tipo de cliente que visita el punto de venta y a quienes se quiere llegar, promoviendo interacción con el comprador, rentabiliando espacios, valorando la importancia del merchadising y la generación de alta rotación del producto en el negocio, la formación se realizará de manera organizada de acuerdo a las actividades planteadas en la presente guía, haciendo uso del trabajo autónomo y colaborativo, ambiente de aprenizaje y acompañamiento del instructor, inciando con un diagnostico sobre conocimientos previos para direccionar la ejecución hacia el logro de los objetivos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACITIVIDAD DE REFLEXION: TIEMPO ESTABLECIDO 4 HORAS

Conformar 4 Grupos de a cuatro personas, a cada grupo se le entregara una fotografia de una exhibición y la actividad es analizar durante 10 minutos explorar e identificar factores positivos y

negativos en la foto que le corresponda, para posteriormente socializarar en el grupo, describir y explicar en resumen y abriendo espacio para la participación del resto del integrantes Cada grupo tendrá quince minutos de intervención

Contestaran preguntas como:

1. **que observa en la foto? Descripción completa**
2. **Manifieste lo que más le llama la atención**
3. **Analice la ubicacion de las personas, de los productos,**
4. **Haga una comparacion con los sitios que visita**
5. **Haga una reflexion**
6. **concluya**





ACTIVIDADES DE APROPIACION (TIEMPO ESTABLECIDO 4 HORAS)

LLUVIA DE IDEAS, sobre la actividad de reflexión se les invita para que procedan a observar los diferentes tipos de negocios y posteriormete describir las característica de como tienen exhibidos los productos, cada grupo a traves de un dibujo, un juego de roles, un documento procederan a realizar una propuesta sobre como exhibir sus productos y resaltar las características sobre la exhibición y luego se proceder a socializar con el grupo. Cada integrante procederá a identificar la categoría de su producto

DESCRIPCION DE LAs ACTIVIDADES

PRIMER RESULTADO

01- PLANEAR ACCIONES DE MERCHANDISING DE ACUERDO CON EL ENTORNO Y LA POLÍTICA DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE:

Actividad 1: identificar conceptos sobre merchandising, productos, servicios, segmentación de mercado y organización

- Acción interpretativa: Realizar taller por parte de los aprendices que visiten puntos de ventas que ellos escojan entre almacenes de grandes superficies y centros comerciales, identificar marca representativa y hablar sobre características de la exhibición comercial: ordenada, atractiva, creativa, limpia, comunicativa, atractiva, visible, accesible, masiva

SEGUNDO RESULTADO

02- REALIZAR LAS ACCIONES A SEGUIR PARA DARLE CUMPLIMIENTO AL PLAN DE IMPLEMENTACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.

- Acción Argumentiva: implementar en equipos de trabajo de a cuatro integrantes, exhibiciones de sus productos aplicando los conceptos aprendidos hasta el momento y exponer con sus palabras las características que están aplicando llevando las acciones hacia el cumplimiento de la competencia

TERCER RESULTADO

3- EXPLICAR LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO AL MERCHANDISING DE ACUERDO A INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN

- Acción propositiva: Cada equipo de trabajo Desarrollará una prueba de conocimiento con conceptos aprendidos hasta el momento a traves de una evaluación didactica, el objetivo identificar temas que se dejan reforzar y hacerlo a traves de dinamicas

04- PROYECTAR ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y POLÍTICA DE LA COMPAÑIA

- Dar a conocer conceptos para aplicar en el punto de venta con el objeto que su negocio sea rentable y el aprendiz proyecte su negocio con generación de rentabilidad

ACTIVIDAD DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO:

Evidencia de Producto

El aprendiz, hara exposición de su proyecto a traves de una fotografía, realizada de su producto y el mobiliario que empleará para su exposición y con la intervención ante sus compañeros e instructor nos explicará el contenido de ella. Con el objetivo de tener como resultado la calidad de desempeño en las actividades relacionadas

Ambiente requerido Ambiente convencional

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto	El aprendiz identifica los diferentes tipos de exhibiciones y asi mismo sugiere ideas de como exhibir de acuerdo al producto que se le indica	• Documento entregable Se le asigna un caso al aprendiz en grupos de a cuatro integrantes para que sugiera el tipo de exhibicón con las normas de merchandising con una descripción con vocabulario tecnico mínimo diez renglones, maximo quince renglones
Evidencias de Desempeño: **Propuesta fisica o digital sobre exhibición de producto**	Identifica y aplica los conceptos y definiciones sobre tecnicas de exhibicón que le permitan clasificar categorías y definir tipo de exhibicón a aplicar	Documento entregable sobre propuesta de exhibicón Lista de chequeo
Evidencia de Conocimiento	El aprendiz tiene conocimiento sobre los temas tratados en la formación	Resolución de Cuestionario a traves de medios didacticos

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

OBJETIVOS COMERCIALES DE LA EMPRESA: conseguir algo en un período de tiempo, meta alcanzable y cuantificable

HÁBITOS DE COMPRA: Tendencias que tienen los clientes a comprar biens y servicios

ESTRUCTURA DE PRESUPUESTOS Y CRONOGRAMAS: El cronograma muestra las actividades requeridas y el tiempo necesario para construir el proyecto. El presupuesto muestra cuanto dinero requerirá el proyecto para poderlo ejecutar

PROGRAMAS DE EXHIBICION COMERCIAL: Una exhibición comercial es el arte de disponer en los puntos de venta, los productora de la manera más atractiva ante los ojos de los clientes, de tal forma que logre captar la atención y estimule el deseo de compra

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA: Un manual de identidad corporativa es un documento en el que se recogen tods las directrices a seguir para tener una imagen coherente y expresar de forma uniforme la identidad corporativa de la marca, empresa o negocio

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Proyecto realizado por María Gabriela Corradine Mora y Claudia Helena Gonzalez sobre punto de venta en artesanías de Boyacá
- páginas de internet sobre temas de vitrinismo y merchandising

https://www.promohit.co/estrategias-para-exhibir-productos
https://www.marketingyfinanzas.net/2015/11/que-es-visual-merchandising/
Marketing y finanzas

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**María Eugenia Ruiz V**	**Instructora**	**Vitrinismo**	**14 de febrero 2022**

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO
Denominación del Programa de Formación: VITRINISMOS COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACION Y MERCADEO
Código del Programa de Formación: 62120148

Versión: DE-F-026V.02

Nombre del Aprendiz: _____

No. de Documento: _____ **No. De Ficha:** _____

Nombre del Instructor:

Competencia: formular la estrategia de merchandising para productos y servicios teniendo en cuenta su naturaleza y segmentación del mercado.

Resultado de Aprendizaje:

01- planear acciones de merchandising de acuerdo con el entorno y la política de mercadeo de la organización
02- realizar las acciones a seguir para darle cumplimiento al plan de implementación, teniendo en cuenta los lineamentos de la organización.
03- explicar las acciones de seguimiento al merchandising de acuerdo a indicadores de gestión y políticas de la organización
04- proyectar análisis de rentabilidad de acuerdo a los indicadores de gestión y política de la com

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:

En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

Según sus evidencias presentadas el instructor valorará cada uno de los factores que contiene la siguiente lista de chequeo para alcanzar el resultado de aprendizaje.

LISTA DE CHEQUEO

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	ASPECTO	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
			SI	NO	
1	Actitud Reflexión	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de reflexión.			
2	Actitud Contextualización	El aprendiz participó de manera activa y colaborativa en la actividad de contextualización.			
3	Actitud Apropiación	El aprendiz participó en las actividades didácticas para la transferencia del conocimiento.			
4	Actitud Apropiación	El aprendiz se presentó puntual a las actividades de aprendizaje.			
5	Actitud Apropiación	El aprendíz presentó las evidencias de producto, desempeño y conocimiento			

RESULTADOS:

Aprobado ☐ Deficiente ☐

OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES:

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento:

_____ _____

Firma del Aprendiz Firma del Instructor