



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y ventas
- Código del Programa de Formación: 62330031 V2
- Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condiciones del mercado
- Duración de la Guía: 32 horas



2. PRESENTACIÓN

Bienvenido(a) estimado Aprendiz al programa de formación FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS. En esta unidad abordaremos las temáticas que aportan saberes y herramientas de aprendizaje para el desarrollo de habilidades que les brinden un panorama mas amplio acerca del mercado y sus componentes teniendo en cuenta el comportamiento de la oferta y la demanda en los productos y/o servicios que satisfagan la necesidad del cliente, y de esta manera se logre potencializar el ejercicio económico de las unidades productivas.

Con la aplicación de esta guía se abordaran los conceptos básicos del mercadeo y se aprenderá a realizar una segmentación de mercado adecuada para la unidad productiva.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD SABERES PREVIOS

Con el acompañamiento del instructor se aplicara la ficha S.Q.A.(¿Qué Sé?, ¿Qué Quiero Saber?, ¿Qué Aprendí?), la cual permitirá conocer el concepto individual de los aprendices acerca del MERCADO logrando así generar un grupo de discusión que nos permita llegar a la construcción del concepto de manera grupal.

3.2 ACTIVIDAD DE CONTEXTUALIZACION Y RECONOCIMIENTO DE CONCEPTOS

Guiado por el instructor y el material de apoyo basado en referentes teóricos se abordaran los conceptos de MERCADO, MERCADEO, BENCHMARKETING, CLIENTE, SEGMENTO DE MERCADO, los resultados obtenidos en la sesión serán socializados en el aula.

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN)

Se realizaran sesiones en donde se trabajarán los siguientes temas:

- ¿Qué es el mercadeo?
- ¿Para que sirve el mercadeo?

Se expondrán casos de éxito de empresas reconocidas con el objetivo de dar a conocer los resultados que se pueden obtener con el desarrollo de procesos de mercadeo y ventas.

Actividades a realizar:

- Se realizará una mesa redonda con el fin de aclarar las dudas sobre los temas anteriormente tratados.
- Se generara un grupo de discusión que permita realizar reflexiones a partir de los casos de éxito expuestos.
- Se realizará una presentación por parte del aprendiz a través de un corto video o escrito en donde se explicara la importancia del mercadeo en las empresas.

La actividad deberá ser remitida al correo institucional del instructor Fabian Andres Castillo Cepeda : fcastillo@sena.edu.co o al whatsapp 305 340 4459



3.4. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

Se realizarán sesiones en donde se trabajaran los siguientes temas:

- Las necesidades del cliente (pirámide de necesidades de Maslow)
- Segmento de mercado

Actividades a realizar:

- Con el acompañamiento del instructor se identificará por medio una mesa redonda, el mercado al cual pertenece la unidad productiva, posterior a esta identificación por medio de una actividad grupal (brainstorm) en una cartulina se pegaran las posibles opciones de segmentación de mercado en el cual se debe ubicar la unidad productiva, generando de esta manera una mesa de discusión para obtener en consenso la segmentación idónea de la misma.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento Evidencias de Desempeño Evidencias de Producto	Desarrolla a cabalidad las actividades y ejercicios establecidos. Identifica los conceptos de mercado, el segmento de mercado y necesidades del cliente. Identifica y conoce el mercado y define el segmento de mercado para la empresa de acuerdo a las necesidades del cliente.	Taller Participación Ejercicios prácticos Lista de chequeo GFPI-F-135 VO



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Mercadeo: son todos los procesos necesarios para negociar y vender nuestros productos en el mercado.

Mercado: es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

Segmento de mercado: La segmentación de mercado es la división de un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y/o comportamientos que van a requerir estrategias de mercadeo diferentes.

Cliente: Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa.

Pirámide de Maslow: La pirámide de Maslow es una teoría de motivación que trata de explicar qué impulsa la conducta humana. La pirámide consta de cinco niveles que están ordenados jerárquicamente según las necesidades humanas que atraviesan todas las personas.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

IICA (s.f.). Manual del mercaderero. Recuperado de: <http://repiica.iica.int/docs/B4165e/B4165e.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá (2020). Marketing estratégico.

Universidad la salle (2008). La pirámide de Maslow en la evolución personal.

ProColombia (2012). Hagamos investigación de mercados. Recuperado de: https://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_ca48a9119fd9149b463bd513aee99724.pdf

Martínez Díaz, Fernando E. (2001). El sentido común y el mercadeo. Revista Colombiana de Marketing, 2(3),

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Fabian Andres Castillo Cepeda	Instructor	Centro de comercio y servicios SENA regional Cauca	19/02/2022



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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					