



**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: Definir el perfil de los clientes y analizar 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 DE 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 CLIENTE logrando así generar un grupo de discusión que nos permita llegar a la construcción del concepto de manera grupal.

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

Guiado por el instructor y el material de apoyo basado en referentes teóricos se abordaran los conceptos de PERFIL DEL CLIENTE, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, TENDENCIA DE MERCADO, COMPETENCIA, 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:

- Perfil del cliente
- Investigación de mercado
- Tendencias de mercado
- Competencia

Actividades a realizar:

- Una vez se hayan explicado los conceptos mencionados anteriormente, realizaremos una mesa redonda donde se hablará sobre los temas aprendidos en la sesión de trabajo.

3.4. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

Se realizaran sesiones en donde se trabajaran los siguientes temas:

- Perfil del cliente
- Investigación de mercado
- Competencia

Actividades a realizar:

- Con el acompañamiento del instructor y la participación de todo el grupo de aprendices, se identificará cual es el perfil del cliente adecuado para la unidad productiva. Para esto, se utilizará la metodología de MAPA DE EMPATIA, en donde todos los aprendices podrán plasmar sus ideas escribiéndolas en papeles adhesivos de colores y pegándolas en el formato. Al final se unirán las ideas similares y se realizará un debate el cual tiene como objetivo, definir el perfil del cliente de la unidad productiva.



- Se realizará un ejercicio de búsqueda y análisis de competidores con el objetivo de conocer sus productos o servicios, precios, canales de comunicación, entre otros.

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 Perfil del cliente investigación de mercado, tendencias de mercado y competencia. Aplica herramientas básicas de investigación de mercado, define el perfil del cliente para la empresa de acuerdo a las necesidades del cliente identifica la competencia.	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.

Perfil del Cliente: representa a un segmento de personas de un mercado que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra. Al identificar diferentes preferencias o necesidades, se puede conocer qué es relevante para ellos a nivel personal.

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

Investigación de Mercado: técnica que permite recopilar datos para, después, interpretarlos y emplearlos para la toma de decisiones de la empresa y, en definitiva, satisfacer con éxito las necesidades de los consumidores. Se trata de detectar las necesidades de los consumidores para, de esta manera, diseñar estrategias enfocadas en ellos.

Tendencia: proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios.

Encuesta: La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario



a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

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

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

Deloitte (2020). Reporte de Tendencias Globales de Marketing 2020. Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/about-deloitte/2020-global-marketing-trends-es.pdf>

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

<https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

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)					