GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 7

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 1		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Planeación				
Actividad de Proyecto: Diseñar el plan de promoción.	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA12: Programa las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de logra la aceptación, persuasión y recordación del producto. AA13: Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010100701 Organizar la información relacionada con el desarrollo de los eventos frente a los resultados obtenidos vs. los objetivos empresariales teniendo en cuenta el tipo de evento según las políticas de la organización.	**Competencia:** 260101007 Manejar contactos comerciales de acuerdo con la actividad de mercadeo.	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**
Resultados de Aprendizaje: 26010102404 Precisar el tipo de exhibición en el punto de venta teniendo en cuenta las normas	**Competencia:** 260101024 Gestionar las superficies en los puntos de venta según estrategias de			

de higiene y seguridad industrial, según política comercial de la empresa y tendencias de exhibición del mercado.	exhibición.			
26010102401 Diseñar el Stand y los espacios del evento siguiendo normas de salud ocupacional según el plan de comunicación y el tipo de producto o servicio.				
26010102403 Diseñar la distribución del espacio en el establecimiento según las superficies y estrategias de exhibición.				
Resultados de Aprendizaje: 24020150203 Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.	**Competencia:** 240201502 Producir textos en inglés en forma escrita y oral.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150003 Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.	**Competencia:** 240201500 Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.			
Duración de la guía: 210 horas				

2. INTRODUCCIÓN

La actividad de Proyecto 7: ***"Diseñar el plan de promoción",*** se encuentra diseñada para orientar al aprendiz hacia el entendimiento de elementos de comunicación publicitaria y de la organización de eventos comerciales, tratados éstos, desde su estructura y características; así mismo, se abordan temas relacionados con el plan de exhibición, la exhibición de los productos y, el diseño y montaje del stand.

El tiempo asignado para el desarrollo de esta guía será de 210 horas, período en el que se realizarán dos actividades

de aprendizaje. La primer actividad de aprendizaje: ***"Programa las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de logra la aceptación, persuasión y recordación del producto"***, trata temas referidos a la organización de la información relacionada con el desarrollo de los eventos, contrastando éstos, con los resultados obtenidos y los objetivos empresariales propuestos; apoyando su acción de acuerdo con las políticas de la organización.

La segunda actividad de aprendizaje: ***"Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social"***, desarrolla la conceptualización de los planes de exhibición y la exhibición de productos, el diseño y montaje del stand, la estructuración de eventos comerciales, la identificación y organización de la información relacionada con el desarrollo de eventos; así como, la elaboración de directorios y bases de datos sobre clientes, proveedores, distribuidores, ponentes, expositores y organizadores; todo esto, sustentado mediante el apoyo de herramientas tecnológicas de información, que permitan el seguimiento adecuado a las actividades programadas. Es importante resaltar que esta actividad de aprendizaje, orienta toda acción de propuesta temática hacia la autogestión, entendida ésta, como la apropiación de un continuo mejoramiento personal, en respuesta a la natural concepción del presente proceso formativo.

Debe recordarse que el modelo económico actual, asigna a las actividades de exhibición un papel importante, dado que su implementación construye y cimenta la identidad corporativa, así como, su imagen y posicionamiento. A partir de esta conceptualización propuesta, se diseñan actividades de apropiación de conocimientos y vivencias para el desarrollo integral de sus competencias; éstas, deberán ser evidenciadas mediante la aplicación de estrategias basadas en el aprendizaje por proyectos, la resolución de casos y respuestas a cuestionarios de preguntas.

En su visión integradora, la presente guía de aprendizaje aborda contenidos referidos a la comprensión de textos en idioma inglés sobre **la exhibición comercial** en forma escrita y auditiva, así mismo, presenta temas relacionados con la metodología para la organización del trabajo en equipo. Al finalizar esta guía el aprendiz de la tecnología en gestión de mercados, estará en capacidad de aplicar las fases del proceso de la organización de eventos comerciales a su proyecto formativo, así mismo, desarrollará competencias idóneas en la aplicación de métodos y herramientas para el diseño del plan de promoción como apoyo a la misión y visión de la organización.

¡Sean Bienvenidos!

"Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber." **Albert Einstein.**

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Antes de realizar las lecturas propuestas para el desarrollo de las actividades, y de acuerdo a los temas formulados para la presente guía de aprendizaje, es muy importante considerar que el gran referente temático a desarrollar se fundamenta en dos aspectos fundamentales:

1) La programación de actividades comerciales mediante la implementación de estrategias existentes y

validadas desde la acción de mercadeo, siendo su principal objetivo que el producto o servicio alcance el nivel de aceptación esperado; así como, el grado de persuasión y recordación deseado a lo largo de su ciclo vital.

2) La planificación de estrategias de exhibición de acuerdo con las particulares situaciones de mercadeo existentes, considerando siempre la valoración del bienestar y mejoramiento de la persona en lo particular, sin soslayar la responsabilidad social en lo general.

Para abordar las temáticas de estudio propuestas, es muy importante que el aprendiz se adentre en un proceso de concienciación, que le permita contextualizarse sobre el alcance e importancia del descubrimiento del conocimiento que espera alcanzar. Para direccionar este momento de reflexión inicial por parte del alumno, se plantean las siguientes preguntas de autoexamen y deliberación personal:

- ¿En qué radica la importancia de un plan de exhibición?
- ¿Qué aspectos resultan relevantes al momento de diseñar, montar y gestionar un stand? ¿Qué elementos y características de los eventos diferencia el montaje de los stands?
- Al momento de organizar un evento comercial, ¿Qué criterios deben determinar su elaboración y ejecución?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar claramente elementos, características y particularidades de los eventos comerciales para la exhibición de productos; aspectos de gran consideración al momento de diseñar el plan de promoción.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

El proceso del aprendiz en las actividades de reflexión inicial, ha contribuido a que tenga clara la idea de organización y estructuración de eventos comerciales, así como la planeación de acciones de promoción mediante la herramienta de exhibición. De esta forma, la identificación de las características de los eventos y su objetivo publicitario, se convierten en aspectos básicos reconocibles para el eficiente desarrollo de una propuesta de exhibición de productos. Es importante que el aprendiz tenga claro los conceptos y elementos que intervienen en cada una de estos espacios, con el fin de propiciar la descripción de la estructura y caracterización de los eventos comerciales, lo que de paso, clarifica la exigencia planteada mediante la actividad de aprendizaje (AA12): "***Programa las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de logra la aceptación, persuasión y recordación del producto"***, a partir de la cual se han reconocido y propuesto los siguientes contenidos temáticos como unidades de estudio:

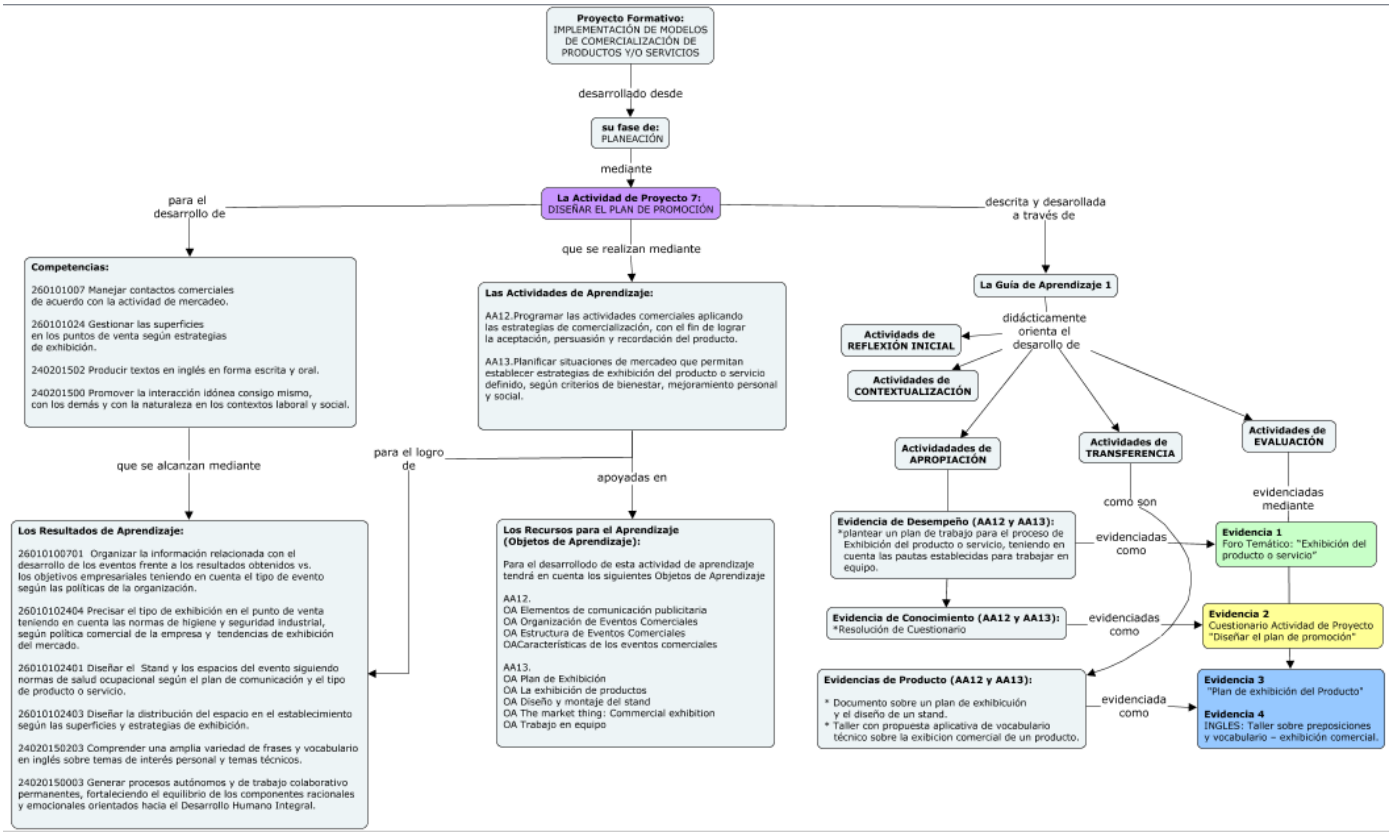
- Elementos de comunicación publicitaria.
- Organización de Eventos Comerciales.
- Estructura de Eventos Comerciales
- Características de los eventos comerciales

En lo correspondiente a la aplicación de conocimientos concernientes a la distribución del espacio destinado para exhibir un producto o servicio, y el diseño de su propuesta de exposición de acuerdo con la estrategia del evento, así como, el respeto y acatamiento de las normas de seguridad ocupacional; la actividad de aprendizaje (AA13): ***"Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social"***, precisa y propone el siguiente desarrollo temático:

- Plan de Exhibición.

- La exhibición de productos.
- Diseño y montaje del stand.
- La exhibición comercial (The market thing: Commercial exhibition).
- Trabajo en equipo.

Considerando que el aprendiz cuenta con mayor claridad para interactuar con los procesos y conocimientos asociados a la presente guía de aprendizaje, estructurada en la **Fase II Planeación**, perteneciente a la Actividad de Proyecto 7: **"Diseñar el plan de promoción";** se hace necesario que estudie y comprenda el esquema de propuesta temática, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **210 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			25%	20%	35%	20%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	168	42	33,6	58,8	33,6	168
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	42	10,5	8,4	14,7	8,4	42
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**210**	52,5	42	73,5	42	210

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de estas actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el diseño del plan de promoción, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Sesión en línea Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un Sesión en línea con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en **Sesiones en línea / Grabaciones sesiones en línea**, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos

soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP07-EV01-Foro: "Exhibición del producto o servicio"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP01-EV02-Cuestionario de Preguntas: "Diseñar el plan de promoción".	Evidencia 3 (Producto) AP07-EV03-: "Plan de exhibición del producto o servicio".	Evidencia 4 (Producto)AP05-AP07-EV04 – "Taller sobre preposiciones y vocabulario – exhibición comercial"
AA12.Programar las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de lograr la aceptación, persuasión y recordación del producto.	26010100701 Organizar la información relacionada con el desarrollo de los eventos frente a los resultados obtenidos vs. los objetivos empresariales teniendo en cuenta el tipo de evento según las políticas de la organización.	X	X	X	X
	26010102404 Precisar el tipo de exhibición en el punto de venta teniendo en cuenta las normas de higiene y seguridad industrial, según política comercial de la empresa y tendencias de exhibición del mercado.	X		X	
	24020150203 Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.				X
	24020150003 Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.			X	

	AA13.Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social.	24020150003 Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.		X	X		
		26010102403 Diseñar la distribución del espacio en el establecimiento según las superficies y estrategias de exhibición.			X		
		26010102401 Diseñar el Stand y los espacios del evento siguiendo normas de salud ocupacional según el plan de comunicación y el tipo de producto o servicio.			X		

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de la **décimo segunda y décimo tercera actividad de aprendizaje,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de materiales de formación, que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para diseñar el plan de promoción de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Materiales de formación - Actividad de Aprendizaje 12

- Elementos de comunicación publicitaria.
- Organización de eventos empresariales.
- Estructura de eventos comerciales.
- Características de los eventos.

Materiales de formación - Actividad de Aprendizaje 13

- La exhibición de productos.
- Diseño y montaje de stand.
- The market thing (Commercial exhibition).
- Trabajo en equipo.

En cada material de formación, usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de retroalimentación, ésta le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos; contará, además con un mapa orientador de temas a estudiar, un glosario con términos relevantes al objeto de estudio y una bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, y descargarlo, de ser necesario desde el PDF general; de esta forma usted tiene la posibilidad de revisar el material de estudio cuantas veces desee sin necesidad de estar conectado a internet.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA12): "***Programa las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de logra la aceptación, persuasión y recordación del producto".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **Elementos de comunicación publicitaria:** Este material de estudio permite entender la comunicación publicitaria y su acción informativa sobre la organización, el producto o las tendencias del mercado. Los contenidos propuestos son presentados mediante subtemas de estudio con la siguiente estructura:

  - Comunicación Publicitaria.
  - Medios de comunicación.
  - Desarrollo comunicacional.
  - Comunicación comercial.
  - Fuentes de la comunicación publicitaria.
  - Proceso de Comunicación en la publicidad.

- **Organización de Eventos Comerciales:** Este objeto de aprendizaje explica el alcance de la organización de eventos como medio de publicidad y de reconocimiento en el mercado hacia la empresa, la marca y el producto.

- **Estructura de Eventos Comerciales:** Especifica sobre el alcance del protocolo, los elementos de organización del evento comercial y la propuesta de promoción para dar a conocer los productos y servicios de la Empresa.

Su enfoque primordial se centra en el posicionamiento de la demanda potencial y en la fidelización de los clientes.

- **Características de los eventos comerciales:** Establece el afianzamiento que debe alcanzar el desarrollo comunicacional para llegar con mensajes de calidad, valor agregado documental y la convicción de satisfacer necesidades del cliente en sus productos y servicios organizacionales a prestar.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA13): "***Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social***", son los siguientes:

- **Plan de Exhibición:** Este objeto de aprendizaje presenta el plan de exhibición y las fases de estructuración y ejecución estratégica que lo conforma; su principal objetivo es promocionar el producto ante el público y generar procesos de recordación y recompra.

- **La exhibición de Productos:** La propuesta temática enfatiza el marketing comercial y la visualización de productos, estableciendo la técnica a implementar para hacer más atractivo un punto de venta y la presentación de un producto, lo cual debe verse reflejado en los resultados de ventas. El objeto estudia cada tipo de consumidor, auscultando sus diferencias culturales, religiosas, ideológicas y de género, entre otras. La presentación del producto o servicio se enfoca desde sus características particulares, y en coherencia con la percepción del grupo objetivo. Los subtemas explicativos son los siguientes:

  - Herramientas para la exhibición de productos.
  - Estrategias de exhibición.
  - Tipos de exhibición.

- **Diseño y Montaje de Stand:** Describe el alcance de toda campaña promocional, así como su estrategia publicitaria en relación a la los Stands y su valoración de aporte comercial: ser soporte publicitario para el impulso en la venta. El Stand como técnica de marketing, establece una relación de comunicación directa entre cliente y empresa, haciendo del Stand un elemento estratégico de promoción.

- **The markenting:** Este objeto hace un reconocimiento de la estrategia comercial y su orientación hacia el mercado innovador, tanto en los productos como en los servicios de la empresa.

- **Trabajo en equipo:** Compendio sobre la propuesta de generación de trabajo colaborativo, que facilite el desempeño transversal en la formación del tecnólogo, hacia la interacción con el par formativo y laboral dentro de su contexto en general.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP07-EV01- Foro Temático: "Exhibición del producto o servicio". Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a los objetos de aprendizaje de la Actividad de Proyecto 7, donde se abordan los temas sobre exhibición de productos. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, debe

elaborar un plan de trabajo para el proceso de exhibición del producto o servicio y subirlo al foro temático; como apoyo a la construcción de la evidencia debe dar respuesta a los siguientes interrogantes:

- *¿Cuáles son los principales elementos para proyectar la exhibición de un producto o servicio?,*
- *¿Cuál es la estructura recomendable para un plan de exhibición de productos, y en qué se fundamenta su disposición y organización?*

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones que le permitan profundizar sobre los temas formulados, se pide justificar la respuesta y realizar comentarios y aportes a la participación de otros aprendices en formación; se evaluará análisis e interpretación de los contenidos estudiados y los aportes que realice en el foro a dos compañeros, a quienes deberá formular realimentación sobre sus argumentos planteados, así como inquietudes percibidas a cada propuesta.

Sesión en línea Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia se realizará Sesión en línea (videoconferencia), el cual será citado por el(los) instructor(es) a cargo, mediante el cual se darán a conocer las pautas para la correcta interpretación de la evidencia a realizar, aclaración de dudas y explicación de la temática abordada.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **“TGM-AP07-EV01”**
- Instrumento de evaluación: **“TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion”**

Forma de entrega:
Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 7. Diseñar el plan de promoción / AP07-EV01- Foro: “Exhibición del producto o servicio”.**

Evidencia 2 (De Conocimiento)
AP07-EV02- Cuestionario de Preguntas: "Diseñar el plan de promoción”, con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, relacionado con los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 12 y 13; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados a la programación de las actividades comerciales, mediante la implementación de estrategias existentes y validadas desde la acción de mercadeo; así como, la planificación de estrategias de exhibición, de acuerdo con las particulares situaciones de mercadeo existentes.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **“TGM-AP07-EV02”**

Forma de entrega:

Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 7. Diseñar el plan de promoción / AP07-EV02- Cuestionario AP07. "Diseñar el plan de promoción".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos sobre la organización de la información, relacionada ésta, con el desarrollo de eventos apoyados en su acción mediante las políticas de la organización. De otro lado, con la revisión de contenidos usted ahora reconoce la importancia de pronunciar adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma inglés, tan necesarios para las actividades de exhibición comercial y parte integral para su desempeño laboral.
Basados en la estructuración de competencia alcanzada, se proponen las siguientes actividades para la transferencia de conocimientos:

Evidencia 3 (De Producto)
AP07-EV03-: "Plan de exhibición del producto o servicio". De acuerdo a las indicaciones del instructor sobre el desarrollo de la Actividad d Proyecto 7: ***"Diseñar el plan de promoción",*** y una vez revisados los temas de estudio propuesto para las actividades de aprendizaje *"Programa las actividades comerciales aplicando las estrategias de comercialización, con el fin de logra la aceptación, persuasión y recordación del producto"* y *"Planificar situaciones de mercadeo que permitan establecer estrategias de exhibición del producto o servicio definido, según criterios de bienestar, mejoramiento personal y social"*; el aprendiz deberá elaborar un documento donde se aplique los pasos del **Plan de Exhibición del Producto** vistos en cada uno de las fases de la propuesta para la exhibición de productos.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Sesión en línea Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen los encuentros sincrónicos suficientes con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP07-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP07-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:
Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 7. Diseñar el plan de promoción / AP07-EV03- "Plan de Exhibición del producto o servicio".**

Evidencia 4 (De producto)
AP07-EV04 – INGLÉS.- "Taller sobre preposiciones y vocabulario – exhibición comercial". El aprendiz hará entrega de un documento con el desarrollo de un taller sobre preposiciones y vocabulario, referente a la exhibición comercial de un producto.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP07-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP07-EV04"**

Forma de entrega:
Para el desarrollo y/o entrega de la evidencia, diríjase a: **Fase Planeación / Actividad de proyecto 7. Diseñar el plan de promoción / AP07-EV04- "Taller sobre preposiciones y vocabulario – exhibición comercial".**

Sesión en línea Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen los encuentros sincrónicos suficientes con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: **AP07-EV01- Foro:** "Exhibición del producto o servicio"	Exhibe el producto en el punto de venta tenido en cuenta la evaluación de los intereses, sentimientos y expectativas de los clientes, utilizando técnicas de animación, elementos de apoyo visual, material P.O.P y de comunicación, según estrategias de exhibición comercial. Analiza los términos de contratación de los espacios y medios de apoyo de acuerdo con las expectativas de cantidad, calidad, costo, tiempo y disponibilidad física, fijando los	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP07-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

	procedimientos del contrato de los ponentes de acuerdo con los servicios generales requeridos y los medios de comunicación que cubrirán el evento.	
Evidencias de Conocimiento : **AP01-EV02-** Cuestionario de Preguntas: "Diseñar el plan de promoción".	Exhibe el producto en el punto de venta tenido en cuenta la evaluación de los intereses, sentimientos y expectativas de los clientes, utilizando técnicas de animación, elementos de apoyo visual, material P.O.P y de comunicación, según estrategias de exhibición comercial. Analiza los términos de contratación de los espacios y medios de apoyo de acuerdo con las expectativas de cantidad, calidad, costo, tiempo y disponibilidad física, fijando los procedimientos del contrato de los ponentes de acuerdo con los servicios generales requeridos y los medios de comunicación que cubrirán el evento.	• Enlace LMS – Prueba de Conocimiento • Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP07-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP07-EV03-:** "Plan de exhibición del producto o servicio".	Identifica y organiza la información relacionado con el desarrollo de los eventos elaborando directorios y bases de datos sobre los clientes, proveedores, distribuidores, ponentes, expositores y organizadores utilizando herramientas tecnológicas de información para el seguimiento de las actividades programadas y para enviar los documentos de memorias al finalizar el evento. Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP07-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP07-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

	Identifica los pasos a seguir para el montaje del stand en un evento, incluyendo, su arquitectura en punto de venta, las entradas y salidas del establecimiento, el acceso al área de ventas y las áreas de circulación, de acuerdo con la descripción y definición de materiales requeridos. Establece las exhibiciones de acuerdo con la política comercial y las tendencias de exhibición, teniendo en cuenta el tipo de producto, la ocasión de consumo, la rotación y el segmento de clientes. Realiza bocetos y mapas sobre distribución de espacios para montaje de stands, considerando las áreas de uso y flujo de personas, bienes y equipos, y factores como la música, calor, volumen y formas que destaquen la imagen de la empresa. Realiza planogramas, diseños de vitrinas y sitios de exhibición, aplicando las técnicas propias de exhibición y vitrinismo, de acuerdo con la temporada, los objetivos de exhibición y el tipo de merchandising. Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo. Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva según los requerimientos de los contextos sociales y productivos.	
Evidencias de Producto: **AP07-EV04 – "**Taller sobre preposiciones y vocabulario – exhibición comercial"	Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés. Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP07-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP07-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Definir el proceso de investigación según la naturaleza del producto y/o servicio.	210	NA	NA	**Materiales de formación - Actividad de Aprendizaje 12** • Elementos de comunicación publicitaria. • Organización de Eventos Comerciales. • Estructura de Eventos Comerciales. • Características de los eventos comerciales. **Materiales de formación - Actividad de Aprendizaje 13** • La exhibición de productos. • Diseño y montaje del stand. • The markenting (Commercial exhibition). • Trabajo en equipo.	8	Mercados Idiomas	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Cliente: del latín cliens, el término cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice.

Comercio: el término comercio proviene del concepto latino commercium y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes.

Comunicación: proceso mediante el cual se transmite la información entre las personas naturales o jurídicas. Este proceso comprende interacciones que se median por signos comprendidos por las partes y que generan reglas semióticas comunes.

Corporación: también conocida como Sociedad Corporativa. Es una persona jurídica sujeta tanto derechos como obligaciones, creada para cumplir un papel determinado; a menudo posee derechos amparados por la ley, muy similares a los de una persona natural. Un ayuntamiento, una universidad, una iglesia, una ONG, una empresa, un gremio, un sindicato y cualquier otro tipo de persona colectiva pueden ser una corporación.

Diseño: se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

Exhibición: muestra o exposición en público sin carácter competitivo.

Exposición comercial: las ferias y exposiciones son eventos de gran magnitud y amplio alcance que, si bien no es su principal meta, potencian el turismo en el lugar en donde se realizan. Tanto las ferias como las exposiciones, son la vidriera de una temática especial de diferentes empresas que, durante una cantidad limitada de tiempo, en un espacio determinado organizado para tal fin, los visitantes recorrerán y conocerán sus productos o servicios.

Góndola: soporte publicitario que consiste en un mueble alargado, de tres o más niveles, muy utilizado en los comercios para la presentación de mercancías. Es una forma atractiva de promocionar productos en los puntos de venta.

Investigación: se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Layout: es la distribución de los espacios dentro del establecimiento de venta, en que se procura crear un circuito de movimiento que permita desarrollar las compras por impulso (no programadas).Habitualmente, los productos calientes (de mayor demanda) se ubican en el fondo del local (con más intensidad de luz) para provocar el flujo del público.

Marca: marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

Marketing Mix: análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

Medio de difusión: aquellos elementos que tienen como misión desde la publicidad, hacer llegar los mensajes a los destinatarios objeto de dichas comunicaciones.

Mercado: todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Montaje: proceso mediante el cual se emplaza cada pieza en su posición definitiva dentro de una estructura. Estas piezas pueden ser de diferentes materiales pero las preferidas son las estructuras metálicas y de hormigón. Estas se adaptan a las concepciones de las nuevas arquitecturas y las necesidades de la industria de hoy, se emplean cada día más ampliamente.

Producto: el producto es el resultado material o inmaterial de un proceso creativo. El creador del producto puede ser la naturaleza, como la tierra de donde surgen los productos agrícolas o el hombre, que fabrica por ejemplo, utensilios. Algunos autores, sobre todo en materia religiosa, distinguen entre crear, que es algo que se realiza de la nada, como la creación del mundo, y producir, donde se utilizan materias primas ya existentes y creadas.

PROPAGANDA: se establece como una forma de comunicación cuyo objetivo fundamental es influenciar al público con algunos argumentos específicos y sesgar compras.

PUBLICIDAD: se entiende como una técnica de comunicación que utiliza los medios de difusión en busca de objetivos comerciales en procura de influencia sobre las actitudes y gustos de los consumidores.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Aguilar Morales, J. E., & Vargas Mendoza, J. E. (2010). COMUNICACIÓN ASERTIVA.

Benassini, M. (2009). Introducción a la Investigación de Mercados. México D.F.: Pearson Educación, Inc.

Churchill , G. (2002). Investigación de Mercados. México D.F.: Editorial Thompson.

DAVID GOMEZ SEPTIEMBRE 7, 2. (s.f.). http://bienpensado.com. Recuperado el 25 de 04 de 2016, de http://bienpensado.com/el-mercadeo-visual-para-exhibir-adecuadamente-y-vender-mas/

González, T. y. (s.f.). https://comovendermasyganarmas.wordpress.com. Recuperado el 26 de 04 de 2016, de https://comovendermasyganarmas.wordpress.com/2011/05/17/estrategiasla-exhibicion-y-la-venta/

Hoffman, D. (2007). Principios de Marketing y sus Mejores Prácticas. México DF.: Internal. Thomson Editores. SA CV.

Jueset, W. S. (04 de 06 de 2011). Scribd. Recuperado el 28 de 04 de 2016, de https://es.scribd.com/doc/57099908/TECNICAS-DE-EXHIBICION

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentos de Marketing (Octava ed.). (M. G. Martínez Gay, Trad.) México D.F.: Pearson Education, Inc.

Malhotra , N. K. (1997). Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico. México DF.: Prentice Hall.

Muñiz González, R. (2016). La feria como herramienta estratégica de marketing. Recuperado el 24 de Abril de 2016, de Marketing XXI: http://goo.gl/q8avaS

Navarro Garcia, F. (2001). Estrategias del Marketing Ferial. Madrid: ESIC.

Peter, P., & Donnelly , J. (1999). Administración de Marketing. Madrid: McGraw Hill.

Siskind, B. (2007). Marketing de Ventas Estrategias claves para feria comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos. Barcelona: Ediciones Deusto

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	