GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 11

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.		Código: 1239683		
Fase del proyecto: EJECUCION				
Actividad de Proyecto: Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato.	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA19-Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa. AA20.Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de las empresa, principios éticos y valores universales.	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: 26010102101 Utilizar estrategias para apoyar la presentación de los productos o servicios, según protocolo establecido por la empresa. 26010102103 Acordar términos de negociación y condiciones comerciales, de acuerdo con los parámetros legales de negociación y políticas y procedimientos de la empresa.	**Competencia:** 260101021 Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.			
Resultados de Aprendizaje:	**Competencia:**			

26010100702 Manejar las relaciones públicas con los diferentes actores que intervienen en el evento, con respeto por otro y según el programa de publicidad y promoción de la empresa. 26010100703 Realizar contratos frente a los requerimientos del evento con pertenencia y de acuerdo con la revisión del cumplimiento de los términos de negociación, el presupuesto y las normas legales.	260101007 Manejar contactos comerciales de acuerdo con la actividad de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150001 Interactuar en los contextos productivos y sociales en función de los principios y valores universales.	**Competencia:** 240201500 Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social**.**			
Resultados de Aprendizaje: 24020150205 Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.	**Competencia:** 240201502 Producir textos en inglés en forma escrita y oral.			
Duración de la guía: 280 horas				

2. INTRODUCCIÓN

La Actividad de Proyecto 11: ***"Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato"***, da inicio a la aplicación de estrategias diseñadas para apoyar la presentación de productos o servicios, teniendo como referente el plan estratégico para el desarrollo de eventos comerciales y los protocolos organizados por la empresa; igualmente, la actividad precisará los elementos de negociación exigidos para ventas relacionadas a un mercado específico y la realización de contratos de acuerdo con los términos de negociación, el presupuesto requerido y las normas de regulación para la ejecución de un evento.

El tiempo asignado para el desarrollo de la presente Guía de Aprendizaje es de 280 horas; espacio requerido para ejecutar las dos Actividades de Aprendizaje que la conforman, siendo la primera de ellas: ***"Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa"***; en ésta, se revisará la importancia de diseñar estrategias para la presentación de productos o servicios, mediante ofertas comerciales atractivas al segmento de compradores identificado, de manera que la programación y difusión del

evento se oriente de manera puntual a la particularización descrita.

La segunda actividad de aprendizaje: "***Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de la empresa, principios éticos y valores universales,*** busca que el aprendiz reconozca los conceptos y criterios de principios y valores que aporten a la sana realización de actividades comerciales, considerando siempre que el producto o servicio debe aportar significación a quien lo adquiere, y fortalecimiento de imagen a quien lo fabrica o distribuye; de otro lado, esta actividad aporta temática sobre regulaciones para la celebración de contratos comerciales, en donde se establecen las condiciones de negociación y su formalización ante la ley y la sociedad.

El desarrollo de la presente guía de aprendizaje busca formar un tecnólogo en Gestión de Mercados competente; capaz de estructurar planes estratégicos comerciales y realizar acuerdos de ventas para sus productos o servicios, teniendo en cuenta la acción ética en los procesos de negociación y celebración de contratos comerciales.

¡Bienvenido!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

El análisis de la actividad relacionada con la administración de acuerdos comerciales y las condiciones del contrato, se constituyen en elemento esencial para la implementación de modelos de comercialización de productos o servicios; su estudio es enfocado claramente desde dos aspectos en la presente guía de aprendizaje:

1. Estructuración de un plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta la aplicación de protocolos establecidos por la empresa para su elaboración.

2. Determinar y estructurar elementos de negociación que sean efectivos en las ventas relacionadas con un mercado específico, teniendo en cuenta: políticas empresariales, principios éticos y valores universales.

Antes de abordar la temática referida a la administración de acuerdos comerciales según las condiciones del contrato, se hace necesario, como parte de la fundamentación requerida, que el aprendiz realice una reflexión en torno a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de acuerdo comercial es el más apropiado para mi producto o servicio?
- ¿Qué aspectos resultan relevantes y convenientes para tener en cuenta a la hora de realizar la programación y difusión de un evento comercial?
- ¿En el caso de afrontar de manera personal un proceso de negociación de un producto o servicio, cómo debo prepararme para que su acción me resulte efectiva y beneficiosa?
- ¿Cuáles son las estrategias más apropiadas para la presentación del producto o servicio?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar teóricamente los factores, elementos y pasos a ser tenidos en cuenta dentro de los procesos de administración de acuerdos comerciales, y durante la negociación de contratos en el marco de la ética empresarial, así como, la dilucidación de técnicas viables al momento de aplicar principios del merchandising en las estrategias de presentación de productos y servicios.

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

Conforme a las conclusiones alcanzadas mediante las respuestas dadas a los interrogantes planteados en la actividad de reflexión inicial, el aprendiz cuenta con argumentos establecidos desde su dinámica interna, de manera que, a partir de ellos estará contextualizado para profundizar en los temas relacionados con el proceso de administración de acuerdos comerciales, teniendo en cuenta las condiciones del contrato; para alcanzar este propósito administrativo se hace necesario profundizar en los conocimientos elaborados para la actividad de aprendizaje (AA19): "***Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa".***

Con el estudio de los contenidos propuestos, el aprendiz estará en capacidad de utilizar estrategias de apoyo a la presentación de productos o servicios, ciñéndose a protocolos establecidos por la empresa; a manejar las relaciones necesarias para un proceso de negociación con los actores intervinientes, y acordar los términos y condiciones de negociación con pleno respeto a las políticas y procedimientos establecidos por la empresa. Es importante que se exploren otras herramientas y se profundice sobre este tema. Los objetos de aprendizaje propuestos para el desarrollo de la actividad, son los siguientes:

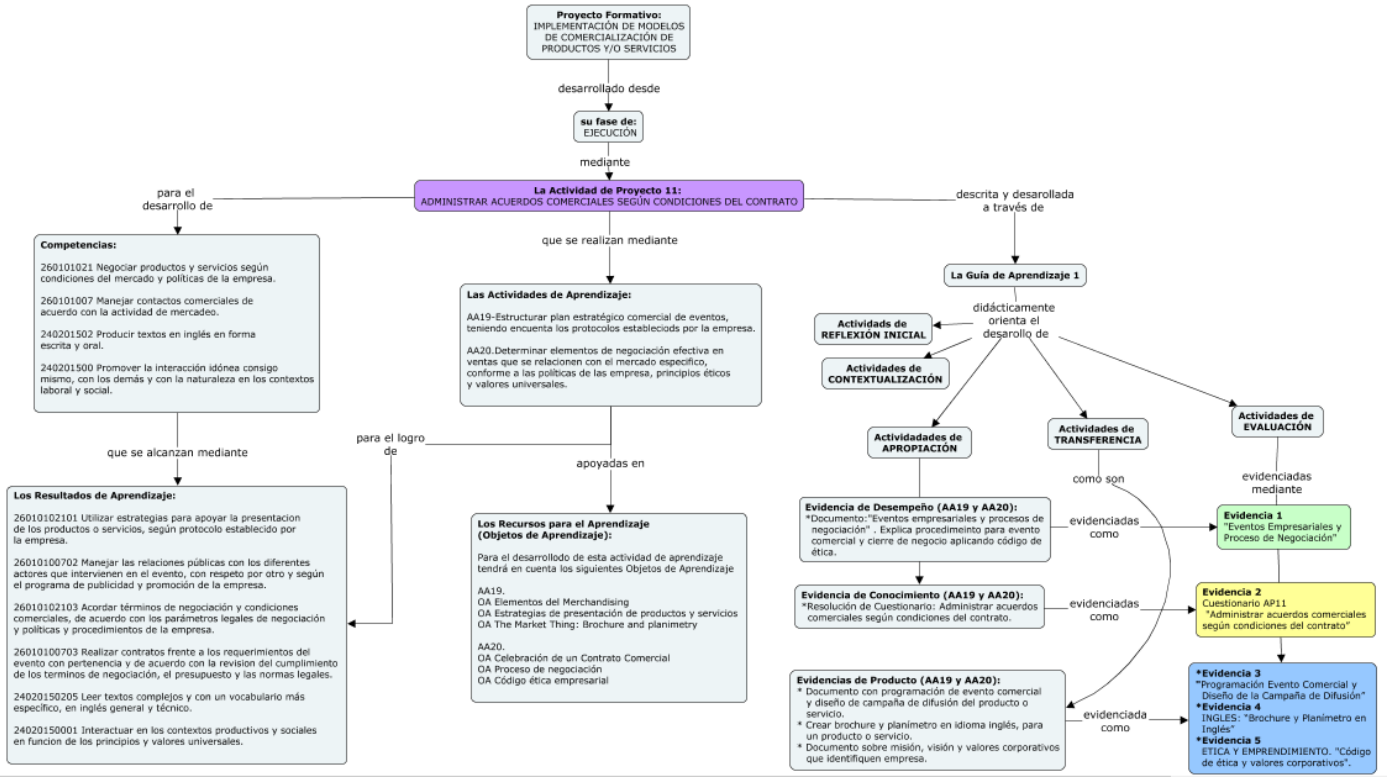
- Programación y difusión de un Evento Comercial.
- La aplicación de los elementos del Merchandising.
- Selección de estrategias de presentación de productos o servicios.
- The Market Thing: Brochure and planimetry.

La propuesta temática que enfoca contenidos sobre la realización de contratos en consonancia con los requerimientos del evento, el cumplimiento de términos de negociación, la precisión del presupuesto y el cumplimiento de la normatividad vigente, es desarrollado mediante la Actividad de Aprendizaje (AA20): ***"Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de las empresa, principios éticos y valores universales "***, y la temática que le corresponde es la siguiente:

- Celebración de un Contrato Comercial: Selección y elaboración de un contrato comercial.
- Proceso de negociación: Selección del a técnicas y elementos para lograr un proceso de negociación adecuado.
- Código ética empresarial: Aplicabilidad en el proyecto de formativo.

Considerando que el aprendiz cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su Fase III "de Ejecución", correspondiente a la Actividad de Proyecto 11: **"Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato."**; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, 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 **280 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)	Evidencia 5 (Producto)	Subtotales
			20%	15%	35%	15%	15%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	224	44,8	33,6	78,4	33,6	33,6	224
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	56	11,2	8,4	19,6	8,4	8,4	56
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**280**	56	42	98	42	42	280

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 las 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 comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico 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 el foro “Encuentros Sincrónicos”, 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) AP11-EV01-Foro: "Eventos Empresariales y Proceso de Negociación"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP11-EV02-Cuestionario AP11. "Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato"	Evidencia 3 (Producto) AP11-EV03- "Programación Evento Comercial y Diseño de la Campaña de Difusión"	Evidencia 4 (Producto) AP11-EV04- "Brochure y Planímetro en Inglés".	Evidencia 5 (Producto) AP11-EV05-ETICA Y EMPRENDIMIENTO: "Código de ética y valores corporativos".
AA19-Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa.	26010102101 Utilizar estrategias para apoyar la presentación de los productos o servicios, según protocolo establecido por la empresa.	X	X			
	26010100702 Manejar las relaciones públicas con los diferentes actores que intervienen en el evento, con respeto por otro y según el programa de publicidad y promoción de la empresa.	X				
	24020150205 Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.				X	
AA20.Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de las empresa, principios éticos y valores universales.	26010102103 Acordar términos de negociación y condiciones comerciales, de acuerdo con los parámetros legales de negociación y políticas y procedimientos de la empresa.		X			
	26010100702 Manejar las relaciones públicas con los diferentes actores que intervienen en el evento, con respeto por otro y según el programa de	X		X		

	publicidad y promoción de la empresa.					
	26010100703 Realizar contratos frente a los requerimientos del evento con pertenencia y de acuerdo con la revisión del cumplimiento de los términos de negociación, el presupuesto y las normas legales.					**X**
	24020150205 Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.				**X**	
	24020150001 Interactuar en los contextos productivos y sociales en función de los principios y valores universales.					**X**

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

Par la administración de acuerdos comerciales según condiciones del contrato, es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son pieza clave para la implementación de modelos de comercialización tanto de productos como de servicios, por tanto, le invitamos a avanzar en el proceso, teniendo en cuenta que cada elemento estudiado es requerimiento necesario para el alcance de las competencias propuestas para el presente programa formativo.

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**.**

El seguimiento y ejecución de las actividades de aprendizaje 19 y 20, se proporcionan en plataforma LMS, junto con la serie de objetos de aprendizaje (OA) que le son afines. El aprendiz debe leer, comprender y asimilar, el contenido de cada uno de estos objetos, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la administración de acuerdos comerciales según la condición del contrato.

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

Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 19

- OA Programación y Difusión de un Evento Comercial
- OA Elementos del Merchandising
- OA Estrategias de presentación de productos y servicios
- OA The Market Thing: Brochure and planimetry

Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 20

- OA Celebración de un Contrato Comercial
- OA Proceso de negociación
- OA Código ética empresarial

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de retroalimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador, 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 (*AA19*) denominada: "***Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA Programación y Difusión de un Evento Comercial**: Identifica elementos para la programación y difusión de un evento; dentro de los temas que trata, está la clasificación y requerimientos de un evento comercial, la elaboración del presupuesto y protocolo del evento, el plan de relaciones públicas, la difusión y divulgación del evento y, por último, su evaluación aplicando las técnicas e instrumentos para la recolección de información.

- **OA Elementos del Merchandising:** Explica **l**os elementos del Merchandising como estrategia para la comercialización de productos o servicios en los puntos de venta; los temas que se abordan en este objeto de aprendizaje dan a conocer las funciones principales, los tipo, y los objetivos de acuerdo a su nivel de

aplicación.

- **OA Estrategias de presentación de productos y servicios:** Aborda las políticas de promoción y publicidad definidas por la empresa, la conceptualización de los protocolos de comunicación; identifica elementos para la presentación de producto o servicio como son: el empaque, la marca, la etiqueta; define para cada una de ellas su aplicación, importancia en la comercialización y la acción publicitaria. Revisa aspectos estratégicos a tener en cuenta para la promoción y publicidad en las temporadas especiales del año, así como, aspectos de lugar y recursos físicos.

- **OA The Market Thing: Brochure and Planimetry**: Expresa mediante representaciones, situaciones relacionadas con el diseño de medios de comunicación para la presentación de los productos o servicios. Le contenido temático del objeto ejercita la expresión oral y la pronunciación de vocabulario técnico y cotidiano en idioma inglés, mediante un dialogo relacionado con la situación de los temas antes expuestos.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA20): "***Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de las empresa, principios éticos y valores universales.",*** son los siguientes:

- **OA Celebración de un Contrato Comercial**: Conceptualiza el proceso de contratación, identifica los elementos que lo componen y muestra los posibles tipos o acuerdo en los cuales puede intervenir una empresa u organización. Presenta los diferentes tipos de contrato comercial, identificando su nivel de aplicación y estructura. Por último, se suministra formatos para la aplicación de temas expuestos y la normatividad que rige los contratos, indicando el manejo de los espacios publicitarios y medios de comunicación.

- **OA Proceso de negociación**: Especifica las etapas dentro de un proceso de negociación y los elementos característicos para cada una de ellas. Los temas que se abordan en cada etapa son:

    - **Etapa 1. Antes de la negociación:** Búsqueda de información, identificación de los intereses de la contraparte, consecución del MAAN, establecimiento de la ZOPA (zona de posible acuerdo), preparación de la agenda, condicionantes de la negociación, definición del equipo de negociación, entrenamiento de los negociadores y preparación del ambiente físico.
    - **Etapa 2. Durante la negociación:** Preparación e inicio, primera oferta, estancamiento y acuerdos.
    - **Etapa 3. Después de la negociación:** Hacer un compendio final, cerrar la negociación o la venta, aprender de las experiencias del proceso e identificación de los factores de riesgo.

- **OA Ética y Negociación**: Reflexiona acerca del accionar ético relacionado con nuestra área de desempeño. Es una invitación a buscar el éxito sin agredir a las personas que acompañan su construcción, estas son: clientes, competidores, empleados y compañeros.

- **OA Código ética empresarial**: Aplica códigos de ética en los diferentes sectores económicos y productivos. Da a conocer estos elementos y su contribución al logro de los objetivos de la empresa. Aplica los principios

y valores universales al proyecto formativo, de acuerdo al rol que desempeñemos en él.

A continuación se describen las evidencias a desarrollar:

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP11-EV01- Foro: "Eventos Empresariales y Proceso de Negociación". Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a elementos del merchandising, estrategias de presentación de productos y servicios, celebración de contratos comerciales, proceso de negociación y código ética empresarial.
Una vez consultados los materiales debe ingresar al foro temático y dar respuesta a los interrogantes seguidamente planteados:

Ética y Negociación

- Frente a los procesos de planeación y realización de un evento, ¿qué principios deben orientar dichos procesos para garantizar que el evento sea sostenible?, ¿cómo pueden aplicarse?
- ¿Cómo puede la sociedad demandar responsabilidad de las empresas, con respecto al impacto que tenga en el medio ambiente, la realización de un evento?

Proceso de Negociación

- ¿Cómo influyen en los procesos de negociación las emociones de las personas involucradas en las decisiones que se toman?
- ¿Qué tipos de comportamiento de los negociadores pueden llegar a resolver problemas tales como el estancamiento o el punto muerto durante la negociación?

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 el 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.

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-AP11-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic

en el enlace: **AP11-EV01- Foro: "Eventos Empresariales y Proceso de Negociación"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)

AP11-EV02- Cuestionario de preguntas: "Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a 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 19 y 20; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados a la administración de acuerdos comerciales en concordancia con las condiciones del contrato.

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-AP11-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP11-EV02- Cuestionario AP11. "Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato"**

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 administración de acuerdos comerciales según las condiciones del contrato, avanzando con ello, hacia el objetivo de cumplir con las proyecciones previamente organizadas y explicitadas en los temas propuestos. De otro lado, con la revisión de contenidos, usted ahora comprende las ideas principales de textos complejos en el idioma inglés, aplicando un vocabulario más específico tanto a aspectos de tipo general como técnico sobre el tema de mercados; igualmente, y dado que, en el marco de la presente Actividad de Proyecto, el proceso de aprendizaje ha contado con una propuesta temática de tipo transversal que ha capacitado al aprendiz sobre la interacción que le corresponde dentro del contexto productivo y social, se considera fundamentada su acción en función de principios y valores universales. Basados en la estructuración de competencia alcanzada, se proponen las siguientes actividades para la transferencia de conocimientos:

Evidencia 3 (De Producto)

AP11-EV03- "Programación Evento Comercial y Diseño de la Campaña de Difusión". Una vez estudiado los contenidos temáticos propuestos en la Actividad de Proyecto 11: "**Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato***",* y los objetos de aprendizaje correspondientes a las actividades de aprendizaje (AA19):

"Estructurar plan estratégico comercial de eventos, teniendo en cuenta los protocolos establecidos por la empresa" y la actividad de aprendizaje (AA20): "Determinar elementos de negociación efectiva en ventas que se relacionen con el mercado específico, conforme a las políticas de las empresa, principios éticos y valores universales"; el aprendiz elaborará un documento basado en los conocimientos y competencias adquiridos para la programación de un evento comercial y el diseño de la campaña de difusión de su producto o servicio de acuerdo al proyecto formativo.

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

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico 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-AP11-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP11-EV03- "Programación Evento Comercial y Diseño de la Campaña de Difusión".**

Evidencia 4 (De Producto)

AP11-EV04- INGLES: "Brochure y Planímetro en Inglés". El aprendiz deberá diseñar un brochure y planímetro en idioma inglés de su producto o servicios que desea comercializar en el marco de su proyecto formativo.

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-AP11-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV04"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP11-EV04- INGLES: "Brochure y Planímetro en Inglés".**

Evidencia 5 (De Producto)

AP11-EV05- ÉTICA Y EMPRENDIMIENTO: "Código de ética y valores corporativos". El aprendiz en el marco de realización de un evento comercial y después de haber revisado el material de estudio "Código de Ética Empresarial", deberá presentar en un documento la misión, la visión y los valores corporativos posibles, que permitan dar identidad institucional a su empresa acorde con su proyecto formativo.

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-AP11-EV05"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV05"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP11-EV05- ÉTICA Y EMPRENDIMIENTO: "Código de ética y valores corporativos".**

NOTA: Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia 4 y 5: Para la elaboración de las evidencias 4 y 5 es necesario que los instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico en conjunto con los aprendices, específicamente para describir las evidencias, 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: **AP11-EV01- Foro:** "Eventos Empresariales y Proceso de Negociación".	Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios, apoyado con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores. Prepara estrategias de presentación de productos y servicios acudiendo a demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP11-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-Foros Discusion"**
Evidencias de Conocimiento : **AP11-EV02-** Cuestionario AP11. "Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato".	Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios, apoyado con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores. Prepara estrategias de presentación de productos y servicios acudiendo a demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento. Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP11-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP11-EV03-** "Programación Evento Comercial y Diseño de la Campaña de Difusión".	Determina condiciones de intermediación entre productores, proveedores, distribuidores y clientes. Plantea condiciones comerciales y términos de negociación al cliente de acuerdo con políticas y marco legal. Realiza contratos frente a los requerimientos de un evento de acuerdo con la revisión del cumplimiento de los términos de negociación, el presupuesto y las normas legales para garantizar la	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP11-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

	calidad del servicio, según las políticas de la organización. Informa a los clientes sobre disponibilidad, condiciones de entrega, garantías y servicio postventa para los productos adquiridos. Programa eventos comerciales de acuerdo con la disponibilidad de tiempo, a propósitos y resultados de las actividades de relaciones públicas con los clientes teniendo en cuenta los aspectos de comunicación, logística y generación de información dentro de las fechas señaladas y la programación establecida. Diseña la campaña de difusión del evento, con base en el programa de publicidad y de promoción de la empresa enviando información a los medios y a la oficina de prensa sobre los detalles del stand y el material informativo y fotográfico de acuerdo con el objetivo del evento según el presupuesto asignado por la empresa. 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.	
Evidencia de Producto **AP11-EV04-** "Brochure y Planímetro en Inglés".	Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés. Puede relacionar textos en inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados. Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP11-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV04"**
Evidencia de Producto **AP11-EV05- ETICA Y EMPRENDIMIENTO: "**Código de ética y valores corporativos".	Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia. Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP11-EV05"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP11-EV05"**

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
Administrar acuerdos comerciales según condiciones del contrato.	280	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 19** OA Programación y Difusión de un Evento Comercial. OA Elementos del Merchandising OA Estrategias de presentación de productos y servicios OA The Market Thing: Brochure and planimetry **Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 20** OA Celebración de un Contrato Comercial OA Proceso de negociación OA Código ética empresarial OA Ética y Negociación	9	Mercados Idiomas Ética y emprendimiento	3	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

Arquitectura: Formas de presentación de los interiores y exteriores.

Categorización: Orden que se le da a las líneas de productos.

Comisionista: es la persona encargada de llevar a cabo uno o varios negocios por cuenta de alguien más que lo contrata, denominado comitente.

Comitente: es quien encomienda al comisionista para realizar uno o varios negocios.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Contrato: Acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o extinguir una relación jurídica patrimonial, y salvo estipulación en contrario, se entenderá celebrado en el lugar de residencia del proponente y en el momento en que éste reciba la aceptación de la propuesta.

Degustaciones: Son el medio promocional más directo, pues permite presentar el producto en la escena de degustación o prueba.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Empaque: recipiente o la envoltura de un producto que tiene la finalidad de contener, envolver y proteger el núcleo del producto

Escaparatismo: Técnica utilizada para generar comprar en establecimientos.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Etiqueta y rotulado parte de un producto que transmite información sobre el producto y el vendedor, puede ser parte del empaque o estar adherida al producto.

Fideicomiso: negocio jurídico en que una persona llamada fiduciante o fideicomitente, transfiere uno o más bienes a otra llamada fiduciaria, quien se obliga administrarlos o a enajenarlos para cumplir una finalidad determinada por el constituyente a favor de éste o de un tercero llamado beneficiario o fideicomisario

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea

a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales **(Definición, 2016)**

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Marca: Es un nombre, un término, un letrero, un símbolo o diseño, o una combinación de estos elementos que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio" y, por lo tanto, una marca reconocida o bien posicionada es la mejor presentación de un producto o servicio.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

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

Muestras: Son materiales de presentación que se usan en la introducción de nuevos productos, o en otros que llevan tiempo en el mercado, pero de los cuales se requiere conservar el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Oferta: La relación total entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo cuando todos los demás factores que influyen en las ventas planeadas de los productores se mantienen constantes.

Preoperativos: Son los gastos en que se incurren al momento de crear una nueva empresa, se está poniendo en marcha.

Proyecto: Término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo

para fines de planeación.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Zona caliente: Ubicación que permite dejar la mercancía a la altura de los ojos del cliente

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Arcaya, M. (2009). *Los seis pasos de la negociación. Buenos Aires*: El Cid Editor. Disponible en la base de datos e-libro del Sistema de Bibliotecas SENA en http://biblioteca.sena.edu.co/bases/1.html

Crecenegocios (s.f.). *La marca de un producto.* Recuperado el 12 de julio de 2016 de http://www.crecenegocios.com/la-marca-de-un-producto/

Gil, I., Berenger, G., González M., Fuentes M. (2007). *Segmentando clientes a partir del valor del servicio*. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 31, 3166.

Kotler P. y Keller K. (2006). *Dirección de Marketing*. Duodécima Edición) México: McGraw-Hill Interamericana.

Kotler, P., Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12ª ed.). México: Pearson Educación.

Lambin, J., Gallucci, C. & Sicurello, C. (2009). Dirección de Marketing: gestión estratégica y operativa del mercado. México: McGraw-Hill

Los formatos comerciales. Recuperado el 12 de julio de 2016 del sitio: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10922/7/formatos_comerciales.pdf

Milio, I. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Paraninfo

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Manual del empresario sobre el comercio de servicios.

Olmedo, Fernando O. y et. al. *Magazine Estrategia Año 2*- Edición Nº31- Argentina, Sección Administración.

Stanton W., Etzel M. y Walker B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. (Duodécima Edición) México: McGraw-Hill Interamericana.

Thompson, I. (2012). *La etiqueta del producto*. Recuperado el 12 de julio de 2016 del sitio: http://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html

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.	