PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- *Denominación del Programa de Formación: Fortalecimiento en mercadeo y ventas*
- *Código del Programa de Formación: 62330031 V2*
- *Nombre del Proyecto (si es formación Titulada): N/A*
- *Fase del Proyecto (si es formación Titulada): N/A*
- *Actividad de Proyecto(si es formación Titulada): N/A*
- *Competencia: Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales*
- *Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Realizar venta de productos o servicios teniendo en cuenta las condicione del mercado*
- *Duración de la Guía: 24 horas*

2. PRESENTACIÓN

Queridos aprendices sean bienvenidos a la Formación en **fortalecimiento en mercadeo y ventas**, *donde se les brindarán herramientas de aprendizaje que les permitan desarrollar habilidades y destrezas necesarias para conocer el mercado y ofrecer y vender productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y que podrán aplicar en sus unidades productivas para mejorar su funcionamiento.*

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

Se recomienda el trabajo en equipo y la colaboración de todos los aprendices para lograr desarrollar la temática a cabalidad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD INICIAL

Se realizará una relfexión sobre la importancia de aquirir los conocimientos necesarios para poder implementar procesos de mercadeo y ventas en las unidades productivas. Así mismo, se preguntará a los aprendices que saben o conocen sobre la temática se que trabajará en el procesode formación y que expectativas tienen del mismo.

- **Ambiente Requerido:** *Salón o casa de habitación de aprendiz*
- **Materiales:** *hojas y lapiceros*

- **Tiempo estimado**: *2 horas*

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

Se realizará una sesión de trabajo para realizar un diagnóstico del estado actual de la unidad productiva haciendo énfasis en los procesos de mercadeo y ventas que se realizan con el objetivo de hacer una comparación al final del curso y revisar los avances y mejoras que se obtuvieron a partir de los conocimientos generados.

Actividades a realizar:

- *Diagnóstico de la unidad productiva*

- **Ambiente Requerido:** *Salón o casa de habitación de aprendiz*
- **Materiales:** *hojas y lapiceros*
- **Tiempo estimado**: *2 horas*

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN)

Se realizaran sesiones en donde se trabajarán los siguientes temas:

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

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

Actividades a realizar:

- *Una vez se hayan explicado los conceptos básicos del mercadeo y ventas y al haber respondido las preguntas anteriormete descritas, realizaremos una mesa redonda donde se hablará sobre los temas aprendidos.*
- *Se realizará un taller escrito en grupos de trabajo en donde los aprendices responderán preguntas sobre las temáticas trabajadas y su importancia en las empresas.*
- *Se realizará una mesa redonde para realizar reflexiones a partir de los casos de éxito expuestos.*

- **Ambiente Requerido:** *Salón o casa de habitación de aprendiz*
- **Materiales:** *hojas y lapiceros*

- **Tiempo estimado**: *12 horas*

3.4. ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

Se realizaran sesiones en donde se trabajaran los siguientes temas:

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

Actividades a realizar:

- *Con el acompañamiento del instructor se identificará por medio una mesa redonda, el mercado al cual pertenece la unidad productiva.*
- *Con el acompañamiento del instructor y la participación de todo el grupo de aprendices, se identificará cual es el segmento de mercado al cual debe dirigirse la unidad productiva. Para esto, se utilizará la metodología de lluvia de ideas en donde en un formato que contenga los tipos de segmentación de mercado todos los aprendices podrán plasmar sus ideas escribiéndolas en papeles adesivos de colores y pegarlas en el formato. Al final se unirán las ideas similares y se realizará un debate el cual tiene como objetivo, poder definir el segmento de mercado de la unidad productiva.*

- **Ambiente Requerido:** *Salón o casa de habitación de aprendiz*
- **Materiales:** *pliego de papel bond o cartulina, adesivos de colores, marcadores, hojas y lapiceros*
- **Tiempo estimado**: *8 horas*

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto**	*Desarrolla a cabalidad las actividades y ejercicios establecidos.* *Identifica los conceptos de mercado, el segmento de*	*Taller* *Participación* *Ejercicios practicos* *Lista de chequeo*

	mercado y necesidades del cliente. *Identifica y conoce el mercado y define el segmento de mercado para la empresa de acuerdo a las necesidades del cliente.*	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

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

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

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

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

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Martin Jose Valencia Gutierrez**	**Instructor**	**Centro de comercio y servicios** **SENA regional Cauca**	**10/05/2022**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					