

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	Agosto de 2021
Denominación del Programa de Formación	DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA
Modalidad de Ejecución	FORMACION COMPLEMENTARIA
Código y versión del Programa	52410391 V1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Aura María Restrepo Mejía** **Regional y Centro de formación** **Centro de Comercio y Turismo**
	Regional y Centro de formación **Centro de Comercio y Turismo**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	**ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)**	**COMPETENCIA**	**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**	**ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR**	**DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)**		**ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS**	**AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS**			**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**	**DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE**	**OBSERVACIONES**
					HORAS TRABAJO DIRECTO	**HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE**		**AMBIENTE**	**MATERIALES DE FORMACIÓN**	**INSTRUCTORES RESPONSABLES**			

N/A	N/A	DISEÑAR PIEZAS GRAFICAS QUE CUMPLAN CON LOS REQUISITOS DEL CLIENTE	1- INTERPRETAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA. 2- ELABORAR LOS BOCETOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA CUMPLIENDO CON LOS REQUISITOS PACTADOS CON EL CLIENTE. 3- REALIZAR LOS AJUSTES REQUERIDOS EN LA PROPUESTA DE DISEÑO DE ACUERDO CON LA RETROALIMENTACIÓN DEL CLIENTE. 4- CONTROLAR LA CALIDAD DEL DISEÑO SEGUN LAS CARACTERISTICAS TECNICAS	Realizar diseños para apoyar la presentación de productos o servicios teniendo en cuenta sus caracteristicas, beneficios y usos.	40 horas	0	clases magistrales, Videos , Diapositivas	AMBIENTE DE APRENDIZAJE DOTADO CON MESAS Y SILLAS O AMBIENTE VIRTUAL	lápices, agenda, marcadores, hojas, borrador	1	1. RECOLECTA LA INFORMACIÓN REQUERIDA PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA IMAGEN CORPORATIVA, ATENDIENDO LAS NECESIDADES Y PARÁMETROS REQUERIDOS POR EL CLIENTE. 2. ELABORA LA BOCETACIÓN Y LA ILUSTRACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA SEGÚN EL REQUERIMIENTO SOLICITADO POR EL CLIENTE. 3. EVALÚA EL RESULTADO Y REALIZA LOS CAMBIOS SUGERIDOS POR EL CLIENTE.	Diseño y presentación de pieza gráfica de acuerdo a las especificaciones del cliente	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Diseño de Imagen Corporativa
- Código del Programa de Formación: 52410391 V1
- 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: Diseñar piezas graficas que cumplan con los requisitos del cliente.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: 1- interpretar las necesidades del cliente de acuerdo con la información suministrada. 2- elaborar los bocetos de la imagen corporativa cumpliendo con los requisitos pactados con el cliente. 3- realizar los ajustes requeridos en la propuesta de diseño de acuerdo con la retroalimentación del cliente. 4- controlar la calidad del diseño segun las caracteristicas tecnicas
- Duración de la Guía : 40 Horas

2. PRESENTACIÓN

Respetado aprendiz, este programa busca formar personas capaces, con habilidades y destrezas que reten los desafios actuales y lo impacten positivamante con bases técnicas y conceptuales necesarias para el desarrollo del diseño de una creativa y efectiva identidad gráfica, enfocada en empresas o entidades. La imagen corporativa representa para las empresas un factor de trascendental importancia para su reconocimiento comercial dentro del mercado globalizado y la influencia que esta puede tener tanto en la mente del cliente, el consumidor final, como de sus trabajadores. que busquen destacarse visualmente y logren un valor diferenciador frente a sus competidores.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión inicial : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Se muestra a los aprendices diapositivas y se realizan una serie de preguntas:





1. A qué hace referencia cada imagen?
2. Qué mensaje oculto encuentra?
3. Cree que la imagen de un producto es importante .Justifique

3.2 Actividad de Contextualización : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

En equipos de trabajo los aprendices deberán realizar un test de destreza que les permitirá conocer habilidades en creatividad, imaginación e innovación en el campo del diseño de imagen. Los grupos socializarán sus resultados

3.3 Actividad de apropiación del conocimiento : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y la aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes al diseño de imagen corporativa, su definición, caracteriticas. Para el logro de los resultados, se hace necesario que el aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes temas:

- ✓ Que es el diseño de imagen corporativa
- ✓ Funcionalidad
- ✓ Tipos y características
- ✓ Manual de Imagen

- **Acción Interpretativa :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices analizarán el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=pQRF_FU6wn0
, donde podrán interiorizar los fundamentos del diseño de imagen y de esa forma, adquirir herramientas y técnicas básicas en esta área.

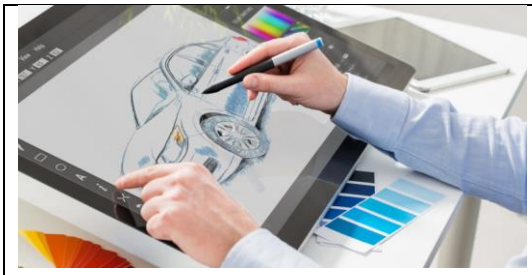
- **Acción Argumentativa :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices, de forma individual o en equipos de trabajo según instrucciones del instructor responsable de la formación, deberán realizar y participar de una mesa redonda que les permita socializar y comentar sobre los conceptos, funcionalidad y elementos del diseño de imagen más comunes y utilizados asimilados durante el desarrollo de la actividad de aprendizaje	 Imagen referenciada de internet

- **Acción Propositiva de conocimiento :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Acorde con los temas anteriormente socializados sobre el diseño de imagen corporativa, el aprendiz de manera individual y/o en equipos de trabajo, deberá responder preguntas en una guerra de conocimientos, dirigida por el instructor responsable de la formación.	 *Imagen referenciada de internet*

- **Acción Propositiva de producto :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

 *Imagen referenciada de internet*	Teniendo en cuenta las actividades y habilidades desarrolladas anteriormente, los aprendices deberán trabajar de manera individual o en grupo, de acuerdo con las indicaciones del instructor, con el fin de realizar un boceto o diseño (que será asignado por el instructor como evidencia de producto)

- **Actividad de Transferencia :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas


Imagen referenciada de internet

Una vez desarrollada las actividades anteriores los aprendices deberán transferir los conocimientos y las habilidades adquiridas durante todo el proceso formativo, correspondiente a **Realizar presentación de su boceto o diseño,** a través de una actividad de presentación del producto.

- **Ambiente Requerido:** ambiente de aprendizaje con ventilación, luz , dotado de mesas y sillas
- **Materiales :**

Resma de papel	1
Lápices	25
Marcador recargable Rojo	1
Marcador recargable Negro	1
Papel Bond (pliego)	13
Marcadores permanentes de colores	10
Cartulina (pliego)	9

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas
Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : -Mejorar los procesos individuales necesarios dentro de cada empresa o proyecto especifico con el fin de dar una mejor imagen corporativa. **Evidencias de Desempeño y producto:** Estas evidencias buscan en el aprendiz Reconocer la importancia del diseño de imagen corporativa y su correcta presentación	- Identifoca la información requerida para la conceptualización y desarrollo de la imagen corporativa, atendiendo las necesidades y parámetros requeridos por el cliente. -Elabora la bocetación y la ilustración de la identidad corporativa según el requerimiento solicitado por el cliente. -Evalúa el resultado y realiza los cambios sugeridos por el cliente.	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Cuestionario, mesa redonda, , juego interactivo, etc. **Técnica:** Observación directa **Instrumento:** Lista de chequeo con indicadores para desempeño y producto

Identificar los tipos y carácterísticas de la imagen corporativa Efectúa ilustración de la imagen corporativa acordes a la empresa.		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Producto: Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación

Diseño: Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

Imágen: representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario

Boceto: bosquejo, borrador y apunte se usan para designar al proyecto, las pruebas o la traza primera que se realiza previamente a la obra definitiva.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- ✓ Chaves, N. (2006) La marca corporativa: gestión técnica del diseño de signos identificatorios institucionales. pp. 26. Buenos Aires, Argentina. Paidos
- ✓ Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel S.A.
- ✓ "Diferentes tipos de diseño y sus categorías" en VISO Comunicación y mercadotecnia.
- ✓ https://www.youtube.com/watch?v=7kEJgzGGdnI

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Aura María Restrepo Mejía**	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	06/ 06 / 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					GFPI-F-135 V01

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. **LISTA DE CHEQUEO** (o Lista de verificación, o de observación) LCHD

Programa de Formación: **Diseño de Imagen Corporativa**

Código: 52410391 Versión 1 No. De Ficha:

Competencia: Diseñar piezas graficas que cumplan con los requisitos del cliente

Resultados de aprendizaje:

- Al finalizar el curso, los aprendices, deberán ser capaces de interpretar las necesidades del cliente de acuerdo con la información suministrada para elaborar bocetos de la imagen corporativa cumpliendo con los requisitos pactados

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Aura María Restrepo Mejía Nis Sofia:

2. **CUERPO DEL INSTRUMENTO**:

LISTA DE CHEQUEO EVIDENCIAS

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Reconocer las necesidades del cliente para el desarrollo de su imagen corporativa			
2	Identifica las características y etapas de la imagen corporativa			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

3	Elabora bocetación de la identidad corporativa según el requerimiento del cliente			

4. RESULTADOS: Aprobado [ ] Deficiente [ ]

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia Agosto de 2021

_____
Firma del Aprendiz

Aura María Restrepo Mejía
Firma Instructor

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	Marzo de 2021
Denominación del Programa de Formación	FOTOGRAFIA DE PRODUCTO
Modalidad de Ejecución	FORMACION COMPLEMENTARIA
Código y versión del Programa	52210011 V 1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Aura María Restrepo Mejía** **Regional y Centro de formación** **Centro de Comercio y Turismo**
	Regional y Centro de formación **Centro de Comercio y Turismo**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
N/A	N/A	CAPTURAR IMÁGENES FIJAS CON EQUIPOS FOTOGRÁFICOS DE ACUERDO CON LOS	PLANEAR LA TOMA FOTOGRAFICA DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTO COMERCIAL.	Planear la toma de la fotografía de acuerdo a requerimientos	40 horas	0	clases magistrales	AMBIENTE DE APRENDIZAJE DOTADO CON MESAS Y SILLAS O	lápices, agenda, marcadores, hojas, borrador	1	1.DEFINE EL SET PARA EL MONTAJE Y PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA SEGÚN PLAN DE PRODUCCIÓN. 2. DEFINE LOS TIPOS DE ENCUADRE Y PLANOS NECESARIOS A APLICAR AL PRODUCTO SEGÚN REQUERIMIENTOS COMUNICATIVOS. 3.APLICA EL TIPO DE LUZ NECESARIA AL PRODUCTO DE ACUERDO A SUS ATRIBUTOS (TEXTURA, MATERIAL).	(CONOCIMIENTO) Respuestas a preguntas de acuerdo a conceptos y principios vistos. (DESEMPEÑO) Observación directa al aprendiz, realizando el	
			ADECUAR LA ILUMINACIÓN Y EL ESCENARIO PARA LA TOMA DEL PRODUCTO COMERCIAL.	Aplicar la iluminación y el escenario para la toma de la fotografía			Videos						
			PREPARAR EL PRODUCTO UTILIZANDO TÉCNICAS DE MAQUILLAJE REQUERIDOS PARA LA TOMA FOTOGRAFICA	Preparar el producto a través de técnicas de maquillaje para la toma fotográfica			Diapositivas						
			REALIZAR LAS TOMAS FOTOGRAFICAS TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE ILUMINACIÓN	Realizar toma de fotografía teniendo en cuenta tipo de iluminación			Prueba de conocimiento						

		REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE.	EVALUAR LA FOTOGRAFÍA FINAL DE ACUERDO A LOS PARAMETROS ESTABLECIDOS POR EL CLIENTE.	Evaluar produto final de la toma fotográfica		Fotografías	AMBIENTE VIRTUAL	Hojas, borrador.		4. ANALIZA LAS CUALIDADES DEL PRODUCTO (TEXTURA, TAMAÑO, MATERIALES) PREVIO A LA CAPTURA DE IMÁGENES SEGÚN NATURALEZA DEL PROYECTO.	proceso de montaje, iluminación y toma de fotografías (PRODUCTO) Fotografía final		

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Fotografía de Producto
- Código del Programa de Formación: 52210011 V 1
- 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: Capturar imágenes fijas con equipos fotográficos de acuerdo con los requerimientos del cliente.
- Resultados de Aprendizaje : 1.Preparar el producto utilizando técnicas de maquillaje requeridos para la toma fotográfica, Adecuar la iluminación y el escenario para la toma del producto comercial. 2.Evaluar la fotografía final de acuerdo a los parametros establecidos por el cliente. 3.Realizar las tomas fotograficas teniendo en cuenta el tipo de iluminación 4. Planear la toma fotografica de acuerdo a los requerimientos del producto comercial
- Duración de la Guía : 40 Horas

2. PRESENTACIÓN

Respetado aprendiz, este programa busca formar personas capaces, con habilidades y destrezas que reten los desafios actuales y lo impacten positivamante en el mundo comercial a través de la fotografía de producto y publicitaria. Esta formación le permitirá ampliar campos de conocimiento relacionados con técnicas de iluminación, encuadres, efectos especiales y maquillaje de producto para crear imágenes fuertemente expresivas que comuniquen claramente un mensaje comercial.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión inicial : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas. Se muestra a los aprendices una fotografía y se realizan una serie de preguntas:



A qué hace referencia la imagen?
Porque es importante la fotografía?
Cuales son las características de la fotografía?

3.2 Actividad de Contextualización : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

En equipos de trabajo los aprendices deberán realizar un test de destreza que les permitirá conocer habilidades en creatividad, imaginación e innovación en el campo de la fotografía. Los grupos socializarán sus resultados

3.3 Actividad de apropiación del conocimiento : Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y la aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes a la fotografía de producto, su definición, procesos, y etapas . Para el logro de los resultados, se hace necesario que el aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes temas:

- ✓ Diferencias entre Fotografía de producto y Fotografía publicitaria
- ✓ Escenario, set para la fotografía.
- ✓ Equipos de iluminación: tipos, clasificación y usos.
- ✓ Composición: tipo de encuadres y planos

- **Acción Interpretativa :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices analizarán el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=WmHEF--DU7k&list=PLoOm67VNS4eeIJvEUGs-xdA3b4-Q75Pa9 , donde podrán interiorizar acerca del triángulo de exposición y sus características

- **Acción Argumentativa :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices, de forma individual o en equipos de trabajo según instrucciones del instructor responsable de la formación, deberán realizar y participar de una mesa redonda que les permita socializar sobre las técnicas de maquillaje de productos y herramientas más comunes utilizados en la fotografía de producto.	 Imagen referenciada de internet

- **Acción Propositiva de conocimiento :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Acorde con los temas anteriormente socializados sobre fotografía de producto, el aprendiz de manera individual y/o en equipos de trabajo, deberá responder preguntas en una guerra de conocimientos, dirigida por el instructor responsable de la formación. *Imagen referenciada de internet*	

- **Acción Propositiva de producto :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

 *Imagen referenciada de internet*	Teniendo en cuenta las actividades y habilidades desarrolladas anteriormente, los aprendices deberán trabajar de manera individual o en grupo, de acuerdo con las indicaciones del instructor, con el fin de realizar una fotografía de un producto (que será asignada por el instructor como evidencia de producto)

- **Actividad de Transferencia :** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas



Una vez desarrollada las actividades anteriores los aprendices deberán transferir los conocimientos y las habilidades adquiridas durante todo el proceso formativo, correspondiente a **Realizar la presentación de su fotografía,** a través de una actividad de presentación del producto.

Imagen referenciada de internet

- **Ambiente Requerido:** ambiente de aprendizaje con ventilación, luz , dotado de mesas y sillas
- **Materiales :**

Resma de papel	1
Lápices	25
Marcador recargable Rojo	1
Marcador recargable Negro	1
Papel Bond (pliego)	13
Marcadores permanentes de colores	10
Cartulina (pliego)	9

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas
Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Identifica los equipos de iluminación para la producción fotográfica y los tipos de encuadre y planos al producto, determinando el tipo de luz necesaria para la captura de imágenes **Evidencias de Desempeño y producto:** Estas evidencias buscan en el aprendiz Reconocer la importancia de la fotografía de producto requerido por el cliente Identificar los procesos y características de la fotografía de producto. Efectuar fotografías de productos acordes al cliente.	-Define el set para el montaje y producción fotográfica según plan de producción. -Aplica los tipos de encuadre y planos necesarios a aplicar al producto según requerimientos comunicativos. -Identifica el tipo de luz necesaria al producto de acuerdo a sus atributos (textura, material). -Define la técnica de maquillaje de acuerdo con el tipo de producto. -Verifica el resultado obtenido en las capturas del producto comercial según las necesidades del cliente	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Cuestionario, mesa redonda, , videos, etc. **Técnica:** Observación directa **Instrumento:** Lista de chequeo con indicadores para desempeño y producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Fotografía: arte y técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz.

Iluminación acción o efecto de iluminar. En la técnica se refiere al conjunto de dispositivos que se instalan para producir ciertos efectos luminosos, tanto prácticos como decorativos.

Imágen: representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- ✓ **“**La fotografía Paso a Paso” – Michael Langford
- ✓ “El abc de la Fotografia Digital”. Ignacio Urquiza · Larousse
- ✓ .https://www.canva.com/es

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Aura María Restrepo Mejía**	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	01/ 03 / 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. **LISTA DE CHEQUEO** (o Lista de verificación, o de observación) LCHD

Programa de Formación: Fotografía de Producto

- Código: 52210011 V 1 No. De Ficha:
- Competencia: Capturar imágenes fijas con equipos fotográficos de acuerdo con los requerimientos del cliente.

Resultados de aprendizaje:

- ✓ 1.Adecuar la iluminación y el escenario para la toma del producto comercial. 2.Evaluar la fotografía final de acuerdo con los parámetros establecidos por el cliente. 3. Planear la toma fotográfica de acuerdo con los requerimientos del producto comercial.

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Aura María Restrepo Mejía Nis Sofia:

2. **CUERPO DEL INSTRUMENTO**:

LISTA DE CHEQUEO EVIDENCIAS

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Define el set para el montaje y producción fotográfica según plan de producción.			
2	Aplica los tipos de encuadre y planos necesarios a aplicar al producto según requerimientos comunicativos.			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

3	Verifica el resultado obtenido en las capturas del producto comercial según las necesidades del cliente			

4. RESULTADOS: Aprobado [ ] Deficiente [ ]

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia marzo de 2021

_____
Firma del Aprendiz

Aura María Restrepo Mejía
Firma Instructor

GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	24/03/2020
Denominación del Programa de Formación	TÉCNICAS DE VENTA
Modalidad de Ejecución	FORMACION COMPLEMENTARIA
Código y versión del Programa	63110025 VERSION 1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	N/A
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos -Aura María Restrepo Mejía** **Regional y Centro de formación - Quindío Centro de Comercio y Turismo**
	Nombres y Apellidos **Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
N/A	N/A	REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN	REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE LA EMPRESA	Realizar el proceso de venta de productos o servicios siguiendo aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar conforme a protocolos establecidos de la empresa.	40	0	Clase magistral - Estudio de caso -Juego de Roles - Mesa Redonda - Juego de saberes - Debate	AMBIENTE DE APRENDIZAJE DOTADO CON MESAS Y SILLAS	lápices, agenda, marcadores, hojas, borrador	1	1. Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación	(CONOCIMIENTO) Respuestas a preguntas de acuerdo a conceptos y principios vistos. (DESEMPEÑO) Observación directa al aprendiz, realizando el proceso de venta de productos o servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo prcedimiento de negociación (PRODUCTO) Observación directa del proceso de venta y procedimiento para la negociación conforme a políticas de la organización	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnicas de Venta
- Código del Programa de Formación: 63110025 V1
- Nombre del Proyecto: N/A
- Fase del Proyecto: N/A
- Actividad de Proyecto: N/A
- Competencia: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.
- Resultados de Aprendizaje:

✓ Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de la organización

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Respetado aprendiz, este programa busca formar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico y social de las organizaciónes, a lo largo del aprendizaje será direccionado para realizar de manera competente contratos comerciales según normas legales vigentes y acuerdo entre las partes, acordar términos de negociación con los proveedores y clientes según objetivos y estrategias establecidas por la organización y estructurar propuestas y contrapropuestas de los productos y servicios según necesidades y requerimientos de los clientes. Recuerde que este proceso de enseñanza debe estar acompañado de su compromiso y disciplina, lo invito a participar de manera activa y entusiasta en el desarrollo de las actividades propuestas en esta guía.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de Reflexión inicial: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Antes de iniciar las actividades de aprendizaje es importante identificar las problemáticas del contexto social y productivo; en el desarrollo de esta actividad, propia de la competencia *realizar negociación con los proveedores y clientes*, *según los objetivos y estrategias establecidas por la organización*, en grupos de trabajo, deberán analizar el vídeo, imagen, o situación problema entregada por el instructor; cada integrante del grupo debe participar activamente para dar respuesta y reflexionar sobre los siguientes aspectos:

- ✓ ¿Qué observa en la imagen?
- ✓ ¿Cuáles creen que son las principales características de un vendedor?
- ✓ ¿Cuáles técnicas de argumentación utilizarían para la negociación y cierre de ventas?
- ✓ ¿Cuáles considera deben ser las políticas de venta de las empresas relacionadas en la imagen?

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje



Imágenes referenciadas de internet

3.2 Actividad de Contextualización: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

En la actividad anterior se pudo reflexionar sobre el proceso de la venta aplicando técnicas de argumentación y cierre para seguir una negociación acorde al mercado y conforme a lo estipulado por la organización. Con el fin de identificar los conceptos relacionados con el tema en desarrollo, se invita al aprendiz a simular una situación donde se encuentre en un sitio comercial donde se lleven a cabo procesos de venta (supermercados, centros comerciales, tiendas, etc) y una vez identificado el lugar debe realizar el siguiente ejercicio:

- ✓ Identificar el mercado especifico donde se realiza el proceso de venta
- ✓ Características y beneficios del producto o servicio

- ✓ ¿Qué aspecto considera que tuvo en cuenta el comprador para adquirir o no el producto?
- ✓ Identificar las características de la negociación
- ✓ Identificar los cierres de venta
- ✓

3.3 Actividad de apropiación del conocimiento: Tiempo establecido para esta actividad 4 horas

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el seguimiento y la aplicación de esta guía, resultan claves para apropiar los conceptos correspondientes a las características del mercado, de producto o servicio, técnicas de venta, acuerdos, objeciones y cierre, la presentación, la negociación y la comunicación.

Debe tener en cuenta los requerimientos para el alcance de las competencias que propone el programa de formación mediante la presente actividad de apropiación de conocimiento. Para el logro de los resultados, de se hace necesario que el aprendiz apropie conocimientos basados en las características del mercado, la presentación de productos o servicios, las estrategias comerciales y demás características inmersas en los procesos de venta, conforme al comportamiento de los clientes; para esta actividad se apropiarán las ***20 razones porque la gente compra.***

- **Acción Interpretativa:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 8 horas

La actividad de aprendizaje realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de la organización, permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender los procesos de los contratos comerciales, acordar términos de negociación y estructurar propuesta y contrapropuestas según las necesidades de los clientes. A lo anterior, se dará inicio con la verificación de los conceptos y procesos orientados por el instructor que se encuentran a continuación en el material de apoyo:

- **ACUERDOS ENTRE LAS PARTES**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, según indicaciones, interpreten a través de un estudio de caso, el proceso de realización de un contrato comercial según normas legales vigentes y acuerdo entre las partes.



Imagen referenciada de internet

- **EL PROCESO DE LA NEGOCIACIÓN**

Este material será socializado y explicado por el instructor responsable de la formación, con el fin que los aprendices en forma individual o en grupo, a través de un juego de roles ***identifique el procedimiento para negociar un producto o servicio.***



Imagen referenciada de internet

- **Acción Argumentativa:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

- **LA NEGOCIACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

Los aprendices, de forma individual o en equipos de trabajo según instrucciones del instructor responsable de la formación, deberán participar de una mesa redonda que les permita socializar y ***Acordar los términos de negociación con proveedores y clientes según objetivos y estrategias establecidas por la organización***.	 Imagen referenciada de internet

- **Acción Propositiva de conocimiento:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Acorde con los temas y talleres anteriormente socializados sobre el proceso de venta de un producto o servicio, aplicando técnicas de argumentación y cierre de venta siguiendo procedimientos para negociar según protocolos establecidos, el aprendiz de manera individual y/o en equipos de trabajo, deberá responder preguntas en una actividad de juego de saberes, dirigida por el instructor responsable de la formación.	 *Imagen referenciada de internet*

- **Acción Propositiva de producto:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

PROPUESTAS Y CONTRAPROPUESTAS



Imagen referenciada de internet

Teniendo en cuenta las actividades y habilidades desarrolladas anteriormente, los aprendices divididos en dos grupos deberán estructurar y argumentar a través de la técnica del debate (evidencia de producto que será asignada por el instructor como) **las propuestas y contrapropuestas de los productos y servicios según necesidades y requerimientos de los clientes.**

- **Actividad de Transferencia:** Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas

Los aprendices deberán transferir los conocimientos y las habilidades adquiridas durante todo el proceso formativo, correspondiente a ***realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de la organización*** a través de una actividad simulada de venta, que asignará el instructor responsable de la formación, donde cada aprendiz o grupo de trabajo, según indicaciones, deberá presentar en la alternativa de su preferencia (imágenes, diálogos, etc) un proceso de venta evidenciando el acuerdo entre las partes, los procedimientos para la negociación y cierre de venta y las técnicas de argumentación aplicadas según los protocolos establecidos por la organización.



Imagen referenciada de internet

- **Ambiente Requerido:** ambiente de aprendizaje con ventilación, luz , dotado de mesas y sillas
- **Materiales :**

Resma de papel	1
Lápices	25
Marcador recargable Rojo	1
Marcador recargable Negro	1
Papel Bond (pliego)	13
Marcadores permanentes de colores	10
Cartulina (pliego)	9

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: Tiempo establecido para el desarrollo de esta actividad 4 horas
Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: - Acuerdos entre las partes - El proceso de la negociación - La negociación en las organizaciones - Propuestas y contrapropuestas **Evidencias de Desempeño y producto:** **Estas evidencias buscan en el aprendiz** Reconocer la importancia del proceso de venta de un producto o servicio.	-Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación	**Técnica:** Formulación de preguntas **Instrumento:** Cuestionario, mesa redonda, estudio de casos, etc. **Técnica:** Observación directa **Instrumento:** Lista de chequeo con indicadores para desempeño y producto

Formular contratos comerciales según normatividad legal vigente Identificar técnicas de argumentación y cierre de ventas Aplicar técnica de argumentación para negociar productos o servicios Definir procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico y según políticas de la organización Formular propuestas y contrapropuestas según perfil del cliente		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cliente: persona que accede a un producto o servicio a cambio de un pago

Venta: proceso que permite que el vendedor de bienes o servicios identifique, anime y satisfaga las necesidades del comprador con beneficio mutuo.

Contrato: acuerdo legal, oral o escrito, manifestado en común entre dos o más personas con capacidad jurídica

Producto: Objeto que se ofrece en un mercado o determinado grupo de personas que satisfacen una necesidad

Técnica : Conducta que lleva a cabo un procedimiento para llegar a un fin.

Norma legal: o ley es toda disposición normativa emanada de un cuerpo legislativo estatal.

Comunicación: La comunicación es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

Propuesta: oferta o invitación que alguien dirige a otro o a otros, persiguiendo algún fin; que puede ser concretar un negocio, una idea, una relación personal, un proyecto laboral o educacional, una actividad lúdica

Contrapropuesta: Propuesta o proposición con la que se contesta o se impugna otra formulada anteriormente

Consumidor: persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios

Herramienta : es aquel elemento elaborado con el objetivo de hacer más sencilla una determinada actividad.

Proceso: secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico.

Negociación : proceso de intercambio de información y compromisos en el cuál dos o más partes, que tienen intereses comunes y otros divergentes, intentan llegar a un acuerdo.

Perfil de cliente : representan a un segmento de la audiencia que tienen comportamientos similares antes de realizar una compra

Servicios: es una actividad o conjunto de actividades que realizan una persona o una empresa para satisfacer necesidades o deseos no materiales; de información, formación, asistencia técnica agropecuaria, educación, transporte, comunicación.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- ✓ Casas Orencio, E. (2010) *Técnicas de Venta de Productos o Servicios:* México: Miguel Ängel Porrua
- ✓ Gabaldon, F (2006) *Técnicas de Negociación*. Lulu. Com
- ✓ *Kozicki , S (2012) EL Negociador Creativo. México de Vecchini Ediciones S.A*
- ✓ *Sistemas de Biblioteca http://biblioteca.sena.edu.co/*
- ✓

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	26/ 03 / 2020

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Aura María Restrepo Mejía	Instructor	Centro de Comercio Y Turismo	26/ 08 / 2020	Actualización Formato SIGA



	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

REGIONAL: QUINDIO **CENTRO:** COMERCIO Y TURISMO

1. LISTA DE CHEQUEO (o Lista de verificación, o de observación) LCHD

Programa de Formación: Técnicas de Venta

Código: 63110025 Versión 1 No. De Ficha:

Competencia: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.

Resultados de aprendizaje:

- ✓ Realizar el proceso de la venta de productos y servicios aplicando técnicas de argumentación y cierre de ventas siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de la organización.

Nombre Aprendiz: _____ Nis Sofia:

Nombre Instructor: Aura María Restrepo Mejía Nis Sofia:

2. **CUERPO DEL INSTRUMENTO**:

LISTA DE CHEQUEO EVIDENCIAS

CONOCIMIENTO ⬭ PRODUCTO ⬭ DESEMPEÑO ⬭

No.	INDICADORES/FACTORES A EVALUAR	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Realiza contratos comerciales según normatividad legal vigente			
2	Identifica técnicas de argumentación y cierre de ventas según objetivos y estrategias de la organización			
3	Reconoce la importancia del proceso de venta de un producto o servicio			

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA **INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN**

4	Aplica técnica de argumentación para negociar productos o servicios			
5	Realiza procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico y según políticas de venta de la organización			
6	Formula propuestas y contrapropuestas según perfil del cliente			

.

4. RESULTADOS: Aprobado ☐ Deficiente ☐

5. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento: Armenia marzo de 2020

_____
Firma del Aprendiz

Aura María Restrepo Mejía
Firma Instructor