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: Implementar acciones de mejora en la oferta comercial de acuerdo con el perfil de los clientes y condiciones del mercado*
- *Duración de la Guía: 32 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, se aprenderá se identificar el perfil del cliente adecuado para la unidad productiva y se conocerán herramientas para realizar una investigación de mercado.

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 conocer el mercado y los clientes de la unidad productiva. Así mismo, se preguntará a los aprendices que saben o conocen sobre la temática que trabajará en el proceso de 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 evaluar que conocimientos tienen los aprendices sobre las temáticas a trabajar con el objetivo de identificar cuales son los aspectos en los que se debe hacer mas énfasis en el fortalecimiento.

Actividades a realizar:

- *Mesa redonda*

- **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:

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

Actividades a realizar:

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

- **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:

- *Perfil del cliente*

- *Investigación de mercado*
- *Competencia*

Actividades a realizar:

- *Con el acompañamiento del instructor y la participación de todo el grupo de aprendices, se identificará cual es el perfil del cliente adecuado para la unidad productiva. Para esto, se utilizará la metodología de MAPA DE EMPATIA, en donde todos los aprendices podrán plasmar sus ideas escribiéndolas en papeles adesivos de colores y pegándolas en el formato. Al final se unirán las ideas similares y se realizará un debate el cual tiene como objetivo, definir el perfil del cliente de la unidad productiva.*
- *Con el acompañamiento del instructor, se diseñara una encuesta corta de validación de mercado que los aprendices deberán aplicar a clientes reales para implemetar acciones de mejora si es necesario.*
- *Se realizará un ejercicio de búsqueda y análisis de competidores con el objetivo de conocer sus productos o servicios, precios, canales de comunicación, entre otros.*

- **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***: 16 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 Perfil del cliente investigación de mercado, tendencias de mercado y competencia.* *Aplica herramientas básicas de investigación de mercado, define el perfil del cliente para la empresa de acuerdo*	*Taller* *Participación* *Ejercicios practicos* *Lista de chequeo*

	a las necesidades del cliente e identifica la competencia.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

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

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

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

Encuesta: *La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos.*

6. REFERENTES 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.

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

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

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

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Johan Eduardo Rivera Caicedo**	**Instructor**	**Centro de comercio y servicios** **SENA regional Cauca**	**21/04/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					