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

Fecha de Elaboración	**02/15/2022**	
Denominación del Programa de Formación	**FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS**	
Modalidad de Ejecución	**PRESENCIAL**	
Código y versión del Programa	**62330031 V2**	
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** JOHAN EDUARDO RIVERA CAICEDO	**Regional y Centro de formación** SENA, CAUCA, CENTRO COMERCIO Y SERVICIOS

COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACION	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
			HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENE Y OBJETIVOS COMERCIALES	**ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS**	Identificación de los conocimientos previos del aprendiz sobre los conceptos de oferta comercial y portafolio de productos.	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro debate	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz identifica los conceptos de oferta comercial y portafolio de productos	El aprendiz realiza aportes sobre sus conocimientos sobre oferta comercial y portafolio de productos.	
		Conceptualización y teorización sobre oferta comercial y portafolio de productos	**8**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Video beam, computador, marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz apropia los conceptos de oferta comercial y portafolio de productos. Así mismo, reconoce la importancia de realizarlos adecuadamente en la	El aprendiz realiza aportes sobre la importancia de realizar una oferta comercial y un portafolio de productos o servicios adecuado para la unidad productiva. Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	

									unidad productiva.		
		Desarrollar la oferta comercial y portafolio de productos	**12**	**0**	Lluvia de ideas Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz desarrolla participativamente la oferta comercial y el portafolio de productos de la unidad productiva.	Elaboración de la Oferta comercial y el Portafolio de productos.	
	REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DE MERCADO	Identificación de los conocimientos previos del aprendiz sobre los conceptos de mercado, mercadeo y segmentación de mercado	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro debate	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz identifica los conceptos mercado, mercadeo y segmentación de mercado	El aprendiz realiza aportes sobre sus conocimientos sobre mercado, mercadeo y segmentación de mercado	
		Conceptualización y teorización sobre mercadeo. ¿Qué es el mercadeo? ¿Para qué sirve el mercadeo? ¿Qué es el mercado?	**12**	**0**	PresentacionesSocializacionesMesa redondaEstudio de casoTalleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz apropia los conceptos de mercadeo y mercado. Así mismo, reconoce la importancia de investigar el mercado en el cual se encuentra la unidad productiva y la importancia de realizar procesos de	El aprendiz realiza aportes sobre la importancia de realizar estrategias de mercadeo e identifica estrategias de mercadeo para la unidad productiva.Identificación del mercado de la unidad productivaDesarrollo de talleres y trabajos en grupo	

									mercadeo en la unidad productiva.		
		Conceptualización e identificación del segmento de mercado y necesidades del cliente.	**8**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz identifica el segmento de mercado y las necesidades específicas del cliente.	Definición del segmento de mercado e identificación de las necesidades específicas del cliente	
	EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN	Identificación de los conocimientos previos del aprendiz sobre los conceptos e importancia de las ventas y negociación	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro debate	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz identifica los conceptos de ventas y negociación	El aprendiz realiza aportes sobre sus conocimientos sobre ventas y negociación.	
		Conceptualización y teorización sobre ventas y negociación	**4**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Video beam, computador, marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz apropia los conceptos de ventas y negociación	El aprendiz comprende la importancia de realizar un buen proceso de ventas y negociación con clientes. Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	
		Elaboración del pitch (discurso de entas) y realización de sesiones practicas sobre ventas y negociación	**8**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices, colores.	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz elabora el pitch (discursos de ventas), y desarrolla estrategias de ventas y negociación.	Elaboración del pitch (discurso de ventas) Desarrollo de estrategias de ventas y negociación.	

	IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DEL CLIENTE Y CONDICIONES DEL MERCADO	Identificación de los conocimientos previos del aprendiz sobre el entorno, la competencia y perfil del cliente.	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro debate	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz identifica los conceptos de entorno, competencia y perfil del cliente	El aprendiz realiza aportes sobre sus conocimientos el entorno de la unidad productiva, los competidores y el perfil del cliente.	
		Conceptualización y teorización sobre perfil del cliente, investigación de mercado, tendencias de mercado y competidores.	**12**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Video beam, computador, marcadores, papel, lapiceros, lápices	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz apropia los conceptos de perfil del cliente, investigación de mercado, tendencias de mercado y competencia.	El aprendiz realiza aportes sobre la importancia de definir el perfil del cliente, investigar el mercado, conocer las tendencias de mercado y conocer e investigar sus competidores. Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	
		Definición del perfil del cliente, validación de mercado como parte de la investigación del mismo e investigación de competidores.	**16**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres Encuestas Mapa de empatía	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices, colores.	Johan Eduardo Rivera Caicedo	El aprendiz define el perfil del cliente, realiza una validación de los productos o servicios ofrecidos en el mercado y realiza una investigación de competidores.	Definición del perfil del cliente Validación de productos o servicios (encuesta) Investigación de competidores.	