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

Fecha de Elaboración	**01/05/2022**
Denominación del Programa de Formación	**FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS**
Modalidad de Ejecución	**PRESENCIAL**
Código y versión del Programa	**62330031 V2**
Nombre del Proyecto (Si es formación Titulada)	
Código del Proyecto (Si es formación Titulada)	
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	Nombres y Apellidos LUIS CARLOS SALAZAR BOLAÑOS **Regional y Centro de formación** SENA, CAUCA, CENTRO COMERCIO Y SERVICIOS

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 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	Luis Carlos Salazar Bolaños	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	Aula de clase	Video beam, computador, marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz apropia los conceptos de oferta comercial y portafolio de productos. Así mismo, reconoce la importanci	El aprendiz realiza aportes sobre la importancia de realizar una oferta comercial y un portafoli	

							Talleres				a de realízalos adecuadamente en la unidad productiva.	o de productos o servicios adecuado para la unidad productiva. Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	
				Desarrollar la oferta comercial y portafolio de productos	**12**	**0**	Lluvia de ideas Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	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 mercad	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro debate	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	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 que	**12**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz apropia los conceptos de mercadeo y mercado. Así mismo, reconoce la importancia de investigar el mercado	El aprendiz realiza aportes sobre la importancia de realizar estrategias de mercadeo e	

				sirve el mercadeo? ¿Qué es el mercado?			Talleres				en el cual se encuentra la unidad productiva y la importancia de realizar procesos de mercadeo en la unidad productiva.	identifica estrategias de mercadeo para la unidad productiva. Identificación del mercado de la unidad productiva Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	
				conceptualización e identificación del segmento de mercado y necesida	**8**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz identifica el segmento de mercado y las necesidades específicas del cliente.	Definición del segmento de mercado e identificación de las necesidades	

				des del cliente.			caso Talleres					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	Luis Carlos Salazar Bolaños	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 Estudi	Aula de clase	Video beam, computador, marcadores, papel, lapiceros,	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz apropia los conceptos de ventas y negociación	El aprendiz comprende la importancia de realizar una buenos procesos	

							o de caso Talleres		lápices			de ventas y negociación con clientes. Desarrollo de talleres y trabajos en grupo	
				Elaboración del pitch (discurso de Ventas) y realización de sesiones prácticas sobre ventas y negociación	**8**	**0**	Presentaciones Socializaciones Mesa redonda Estudio de caso Talleres	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices, colores.	Luis Carlos Salazar Bolaños	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	Identificación de los conocimientos previos del	**4**	**0**	Mesa Redonda Estudio de casos Foro	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz identifica los conceptos de entorno, competenc	El aprendiz realiza aportes sobre sus conocimi	

			COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DEL CLIENTE Y CONDICIONES DEL MERCADO	aprendiz sobre el entorno, la competencia y perfil del cliente.			debate				ia y perfil del cliente	entos 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	Luis Carlos Salazar Bolaños	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, ivestigar el mercado, conocer las tendencias de mercado y coocere	

												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 empatia	Aula de clase	Marcadores, papel, lapiceros, lápices, colores.	Luis Carlos Salazar Bolaños	El aprendiz define el perfíl del cliente, realiza una validación de los productos o servicios ofrecidos en el mercado y realiza una investigación de competidores.	Defición del perfil del cliente Validación de productos o servicios (encuesta) Investigación de competidores.	