GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 4

1. INTRODUCCIÓN

Estimado Aprendiz, la lectura comprensiva de la actividad de aprendizaje 4: "**Esbozar estrategias de promoción, según la cobertura, el mercado y la comunicación"**, del programa de formación, **Cátedra virtual del pensamiento empresarial. Módulo I: Mentalidad empresarial,** le permite identificar estrategias y técnicas promocionales para estimular los instintos del consumidor y orientarlos a la compra de productos en un determinado lapso de tiempo; así mismo, hacer el seguimiento a la evaluación de la estrategia para definir el plan de mejoramiento.

La actividad de aprendizaje 4 integra conocimiento, desempeño y producto para alcanzar el Resultado de Aprendizaje (RAP 4): "**Desarrollar estrategias de promoción para los productos y servicios fundamentados en la cobertura, el mercado y la comunicación**", al cual se le aplicará el criterio de evaluación "**Diseña estrategias de promoción teniendo en cuenta la cobertura, el mercado y la comunicación**".

Disfrute esta experiencia de aprendizaje.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Cátedra virtual de pensamiento empresarial –Módulo I: Mentalidad empresarial	**Código:** 11220130 **Versión:** 2
Resultados de Aprendizaje: Desarrollar estrategias de promoción para los productos y servicios fundamentados en la cobertura, el mercado y la comunicación.	**Competencia:** Desarrollar estrategias de promoción de ventas según plan estratégico y objetivos de comunicación y ventas de la empresa.
Duración de la guía:	10 Horas

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Bienvenido estimado aprendiz a la actividad de aprendizaje 4 del programa de formación: Cátedra virtual del pensamiento empresarial - Módulo I: Mentalidad empresarial.

Es muy importante reflexionar y conocer los conocimientos previos que tiene sobre el tema, se sugiere resolver las siguientes preguntas:

1. ¿Las acciones promocionales de ventas producen resultados?
2. ¿Considera que es importante hacer seguimiento a las ventas?
3. ¿Las empresas deben mejorar continuamente?

Nota: El ejercicio que acabó de resolver además de reflexionar y observar su conocimiento respecto a las acciones promocionales, al seguimiento y control de la venta y al mejoramiento del plan estratégico para la promoción de ventas, tiene como finalidad motivarlo y encaminarlo en el desarrollo de los temas de la presente actividad de aprendizaje, por tal motivo no tiene calificación.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- Responda el "**Cuestionario de contextualización 4**", siguiendo las indicaciones que en el mismo aparece**.**

La ruta que debe seguir es:

Ingrese a través del enlace **"Actividad 4"** el cual se encuentra en el menú principal**:**

- De clic en "**Cuestionario de contextualización 4**", lea las instrucciones, luego **Comenzar** y cuando finalice **Enviar**.

Recuerde que:

- El cuestionario de contextualización no es evaluable, sin embargo es importante que lo resuelva, pues el instructor lo tiene en cuenta durante el desarrollo del programa de formación.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Para realizar la actividad de aprendizaje debe:

- Realice lectura cuidadosa del **Material de formación 4**, en versión interactiva y descargable, seguidamente realice las siguientes tareas:

- Resuelva el cuestionario interactivo: "**Actividad 4 – Evidencia 1**", sobre estrategias de promoción.

La ruta que debe seguir es:

- Del menú principal haga clic en la opción "**Actividad 4"**, encontrará: el "**Material de**

formación 4", en versión interactiva y descargable para que lo examine e interiorice su contenido.

- De clic en el cuestionario interactivo "**Actividad 4 – Evidencia 1**", siga las instrucciones que allí aparece.

Recuerde que:

- La solución del cuestionario interactivo "**Actividad 4 – Evidencia 1**" es evaluable.
- Tenga en cuenta que el F**oro de dudas e inquietudes** fue creado para realice consultas relacionadas con el programa de formación.
- Cuenta con el espacio de las sesiones en línea, en donde el instructor aborda el tema del material de formación, explica las actividades que contiene la guía de aprendizaje, resuelve dudas y da orientaciones generales para la próxima semana.

3.4 Actividades de transferencia de conocimiento

Uno de los objetivos de este programa de formación es que aprenda a diseñar una estrategia de venta y aplicarle seguimiento y controles que conduzcan a su mejora.

Para realizar la actividad de aprendizaje debe:

- Elaborar la **"Actividad 4 – Evidencia 2"**, la cual consiste en el desarrollo del ejercicio práctico "Estrategia de venta".

La ruta que debe seguir es:

- Ingrese a través del enlace **"Actividad 4"** el cual se encuentra en el menú principal**:**

- De clic en el ejercicio práctico "**Actividad 4 – Evidencia 2"**, lea las instrucciones, luego "**Adjuntar archivo**" escriba en "**Comentarios**" y cuando finalice seleccione "**Enviar**", para enviar el informe al instructor.

Recuerde que:

- La elaboración y respectiva entrega de la **"Actividad 4 – Evidencia 2"**, la cual consiste en el desarrollo del ejercicio práctico "**Estrategia de venta**" es evaluable.
- Para realizar el ejercicio práctico debe diligenciar el siguiente formato en una hoja de procesador de texto, encabezada con el nombre del ejercicio práctico, en el siguiente renglón el nombre del instructor y en el último renglón sus nombres y apellidos.
  Lea comprensivamente la pregunta formulada al frente de cada aspecto a considerar en el formato. Busque información complementaria en Internet y proceda

a responder en el espacio indicado para el aprendiz.

Una vez complete las respuestas, defina la promesa de valor, la cual lo lleva a diseñar la estrategia de venta.

La actividad finaliza, cuando logra formular la estrategia de venta, a partir de la información que suministró en el formato.

Aspectos a Considerar	**Pregunta**	**Respuesta / Define criterios el aprendiz para su estrategia de venta**
Negocio	¿Qué tipo de emprendimiento tiene? **Observación**: Definir con exactitud la actividad económica para que no haya duda al diseñar el proceso productivo de la empresa e identifique a que sector de la economía pertenece.	
Mercado	¿Cuál es su mercado objetivo? **Observación**: Definir ubicación geográfica, estrato, grupo demográfico, género de los clientes potenciales	
Cliente	¿Cuáles son sus preferencias? ¿Cuál es su poder adquisitivo? ¿Qué expectativas tiene frente al producto? **Observación**: Importante tener claridad sobre la información que se requirió en “Mercado”	
Competencia	¿Cómo son sus clientes? ¿Qué ven en sus productos? ¿Cuáles son las ventajas y atributos de los productos que ofertan? **Observaciones**: Hacer revisión comparativa de	

	calidad, precio, servicio, direccionamiento de producto, exhibición y composición de la fuerza de ventas. Respecto a fuerza de ventas, saber qué tan bueno es su acceso al negocio y su conocimiento del producto. Conocer todos estos factores facilita la labor de conseguir la lealtad de los clientes y ganarle a la competencia"	
Propuesta Valor	La define con la información obtenida en los 4 elementos anteriores. **Observación:** Es promesa que la empresa le hace al cliente en una combinación de valores como precio, calidad, desempeño y conveniencia, o beneficios emocionales de su producto.	
Dar a conocer propuesta de valor	Vender el producto	

- Este diseño de la estrategia de ventas, realizará hasta este punto. Es decir, hasta definir la técnica que aplicará para desarrollar la estrategia.
- Tenga en cuenta que una vez se define la estrategia y la técnica, se establece el plan de acción y con este el presupuesto, los indicadores de seguimiento y control.

Nota: si al momento de enviar el archivo (**Actividad**), el sistema genera el error: Archivo inválido, debe tener en cuenta que este error surge porque:

En el momento que está adjuntando el archivo, lo tiene abierto. Ciérrelo y pruebe nuevamente adjuntándolo en **Adjuntar archivo** en el botón **Examinar mi equipo**.

3.5 Actividades de evaluación

Los aspectos que se tendrán en cuenta para la revisión de las actividades que son evaluables se relacionan a continuación:

Lista de chequeo para evaluar el ejercicio práctico:

Criterios	Comentarios	Si	No
Negocio	Está definida con exactitud la actividad económica y a qué sector de la economía pertenece el emprendimiento.		
Mercado	El mercado tiene una ubicación geográfica, estrato, grupo demográfico, y género de los clientes potenciales, definidos con claridad y precisión.		
Cliente	Los clientes fueron seleccionados por sus preferencias, poder adquisitivo y conocimiento de sus expectativas frente al producto.		
Competencia	Se realizó un análisis comparativo de calidad, precio, servicio, direccionamiento de producto, exhibición y composición de la fuerza de ventas de la competencia.		
Propuesta Valor	Está bien definida la propuesta de valor con la información obtenida en los 4 elementos anteriores, es decir, que esta promesa que la empresa le hace al cliente es una combinación de valores como precio, calidad, desempeño y conveniencia o beneficios emocionales de su producto.		
Dar a conocer propuesta de valor	Considera bien elaborados los procedimientos para Vender el producto.		

Recuerde:

- Para que sea aprobada la actividad, esta deberá cumplir con todos los criterios de evaluación, en caso de no aprobar alguno será evaluada la actividad con (D) No aprobó.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO Cuestionario interactivo	Diseña estrategias de promoción teniendo en cuenta la cobertura, el mercado y la comunicación.	Lista de chequeo
EVIDENCIA DE PRODUCTO	Diseña estrategias de promoción teniendo en cuenta la cobertura, el mercado y la	Lista de chequeo

Ejercicio práctico	comunicación.	

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acciones promocionales: Conjunto de actividades para motivar al consumidor hacia la compra de los productos o servicios.

Efectividad: Es hacer las tareas correctamente.

Eficacia: Es la capacidad de alcanzar un objetivo predeterminado.

Eficiencia: Es cumplir un objetivo con el minimo de recursos disponibles en el menor tiempo posible.

Indicadores de gestión: Son datos o números que indican los resultados de los procesos.

Mejoramiento estratégico: Son las acciones de mejoramiento para corregir las fallas o errores.

Sistema de control: Es un conjunto de instrumentos para administrar, dirigir o regular los procesos y procedimientos, con el objetivo de minimizar los errores y así alcanzar mejores resultados.

5. BIBLIOGRAFÍA

González, M. (2002). *Diseño de estrategias de comercialización*. Consultado el 12 de agosto de 2016, en http://goo.gl/N8grYq

Schultz, D. y Robinson, W. (1995). *Cómo dirigir la promoción de sus ventas: Una guía completa para incentivar las ventas de sus productos o servicios*. Barcelona, España: Ediciones Gránica.

Rincón, L. y Rincón, A. (2009). *Estrategias de Comercialización*. Consultado el 12 de agosto de 2016, en http://goo.gl/iuF64O

Romero, N. (2012). *Estrategias de marketing*. Consultado el 12 de agosto de 2016, en http://goo.gl/Rrn1wd

6. CONTROL DEL DOCUMENTO

Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
José Herney Sánchez Pizarro	Experto temático		01-09-2016
Kennia Andrea Peña Barrera	Asesora pedagógica	Línea de producción virtual	
Zulma Yurany Viancha Rodriguez	Líder	Línea de producción virtual	