PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: SERVICE OPERATION IN BILINGUAL BPO CHANNELS
- Código del Programa de Formación: 137500
- Nombre del Proyecto: Operation of Sales and Customer Service Campaigns in English for the BPO Industry
- Fase del Proyecto: Planning
- Actividad de Proyecto: To collect information from the needs of the contact center organization and BPO
- Competencia: 260102029 - To process user requirements in accordance with technical procedure and service protocol.

  Competencia: 240201524 - To develop efficient and effective communication processes, considering social, personal and productive situations – Communication.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  260102029 RA1- To receive customer requests based on service protocols.

  240201524 RA1-To interpret the meaning of communication as a means of social, cultural, labor and artistic expression.

  240201524 RA2- To decode communicative messages in situations of social and work life, considering the context of communication.

  240201524 RA3- To validate the importance of communication processes taking into account criteria of logic and rationality.

  240201524 RA4- To apply improvement actions in the development of communication processes according to the requirements of the context.
- Duración de la Guía: 48 hours Specific Competences + 48 hours Key Competence

2 PRESENTATION

Dear apprentice. Welcome to this exiting world of BPO industries. In here you will challenge yourself all the time in order to be an excellent service representative. Your trip around the world of customer service is about to start.

Being part of this industry, will give you all the tools any person need to be an integral human being. To begin with your performance as a customer service agent need to be mastered and it means that you will learn to interact with people, manage processes and provide solutions. However, before this it is necessary to understand basic concepts of the industry and develop basic skills to interact with customers specifically of the BPO context.

In addition, the BPO environment a thrilling journey that will allow you to function in an international companies. Your knowledge of the world will expand and you will be able to understand the way of life of other cultures. Learning about the BPO industry and how to be a customer service representative has only perks.

Let's begin!

3. FORMULATION OF LEARNING ACTIVITIES

3.1 Initial reflection activity

3.1.1 BPO World

Welcome apprentices, from the Integral Professional Training (FPI), we seek as a methodological strategy the integration of the three fundamental pillars of the training provided by the SENA: the Self, the Knowledge and the Know-how. It is important to identify the context of your training project, in the productive sector of the Contact Centers.

We invite you to discuss the following questions in groups:

1. What is a call center?

2. Is there a difference between a call center and a contact center?

3. What types of experiences have you had with customer service through contact centers?

4. What is a customer service representative?

5. What has been your worst or best experience of customer service both in person and via contact center?

6. Why do you want to work in this industry?

7. What kind of roles exist in a contact center?

8. What kind of content do you think you're going to develop in these classes?

9. What have you heard about working in the BPO industry?

10. What are the advantages and disadvantages of working in the BPO industry?

3.2 Check up of Previous Knowledge

3.2.1 Confirm your Previous Ideas

Now that we have discussed some general ideas about the BPO industry we are going to watch some videos and then, we will share our opinion to our classmates.

Below you will find two videos. Watch them.

- BPO, Call Center, Contact Center: What's the Difference?
  https://www.youtube.com/watch?v=iJACIlIjQ_A
- Benefits of Working in a Call Center (Salary, Perks, Benefits)
  https://www.youtube.com/watch?v=NVvy5B7Nol0&t=186s

After watching the video, answer the following questions individually in the forum provided on the TERRITORIUM platform called "BPO Intro"

- What is a call center?
- What is a contact center?
- What is BPO?
- What is the difference between BPO and call centers?
- What are the 18 benefits she mentions about working in a call center?

Once the questions have been answered through the forum, socialize with your peers the answers and point out if you discovered anything new when watching the videos or if you already knew that information.

3.2.2 Check your Service Skills

BPO industry is strongly related with Customer Service. in order to be a Customer Service Representative, one need to have a set of skill to deal with different scenarios.

Consider the following questions:

- What kind of skills should a Customer Service Representative have?
- Do they need the same skills for different channels of communication? (voice, chat, email, web)
- What is something that you like about Customer Service Representatives?
- Do you think you have the skills needed for this industry?
- What kind of skills do you think you need to improve?

Now, create groups of 3 people and share your answers with your classmates.

3.3 Knowledge Transfer Activities

3.3.1 Activity: What is BPO 1

Let's start working on your skills and basic knowledge of the industry. Read the document: Guide01_What_is_BPO1 that is in Support Material Folder. Socialize the following ideas of the reading with your classmates:

1. What is BPO?
2. What is the importance of BPO?
3. What kind of services are handled by this industry?
4. What is the ideal job profile required by the industry?
5. What are the main skills required by this industry?
6. What are the main challenges or threats of the BPO industry?
7. What is the business model of this industry? (Cost/Quality Model)
8. What do Voice and Non-Voice models consist of?
9. What is the importance of documentation in this industry? (High-Volume Data Processing / Paper to Images)
10. What is the concept of "split screen" about?
11. What is the importance of Data Entry?
12. What is Latency about?

Next, based on the reading create groups of 3 people and draw a mind map to summarize the main concepts of the document.

Finally, listen to you instructor who will explain in a lecture the most important ideas of the reading and will solve your possible questions.

3.3.2 Activity: BPO Vocabulary

At this point you already know the basic points of the BPO industry. So, it is time to learn some basic vocabulary. The following words are concepts that you will listen many times throughout this training program, that's why is essential to get familiarized with them.

Dictation and web quest:

Instructor dictates de following vocabulary and participants Research online or through dictionaries the definition of the following words:

1. Outsourcing
2. BPO
3. KPI
4. Offshore Outsourcing
5. Nearshore Contact center
6. CSR (customer service record)
7. Outbound Call
8. Inbound Call
9. Cross-selling
10. Metrics
11. Help desk
12. Call Flow
13. Script
14. Phone Etiquette
15. Ergonomics
16. Blended Agent
17. Contact Center
18. Call center
19. Front office
20. Back Office
21. Tech support
22. Customer Service
23. Handset
24. Headset
25. Off-Peak
26. Peak traffic
27. Retention Rate
28. Screen Monitoring
29. Virtual Contact Center
30. Coaching

Once participants have investigated the words, we will play https://puzzel.org/word-scramble/play?p=-NZi6_6EfWbSuql6AT5B

Share your findings with your classmates and answer the following questions:

- Did you know any of the researched terms?
- Did you learn any new concepts with your research?
- Is there any term you don't understand?

Then, listen to your instructor who will explain through a lecture their definitions and importance to the industry.

Run the first Evidence test to wrap up the conceptualization stage

3.3.3 Activity: Data Collection

At this point essential to start working on how to obtain data from customers when taking calls. However, before starting doing it, we must understand the importance and how to do it. Listen to your teacher who will explain this topic to you in a lecture a read the support material about this topic.

Support Material:

- Guide01_How_to_collect_customers_data001.
- Guide01_How_to_collect_customers_data002.
- Guide01_How_to_collect_customers_data003.
- Guide01_How_to_collect_customers_data004.

3.3.4 Activity: Let's Understand Customer Service

Now your instructor will explain basic concepts about Customer Service. This information is based on the reading: Guide01_Customer_Service_Manual. Based on the information of the lecture write a document in which you are going to explain the following topics:

- What can you say about customer service in the 21st century?

- What are the main 3 key elements of customer service?
- Why do we need to know our customers?
- Why do we have to develop a customer friendly approach?
- What is the meaning of customer service?
- What are the professional qualities everybody needs in customer service?
- Why is so relevant the way you communicate with customers on the phone?
- What is telephone etiquette and what is it about?
- What are the Ten major do's and don'ts of customer service?

To confirm you answers and for further reading check the document: Customers service 001

3.3.5 Activity: Lets Practice Customer Service

It's time to apply what you learned. Complete the workshops about customer service. Your teacher will explain through a lecture the following topics: skills for good customer service, how to make suggestions, basic socializing language, the importance of small talk, follow up processes, being courteous on the phone, making arrangements, clarifying and explaining job related topics, standard phrases for handling customers on the phone, softening bad news on the phone and problem-solving steps.

You will find the works shops in Support Material:

- Guide1_Workshop_001&002
- Guide1_Workshop_003&004
- Guide1_Workshop_005&006

3.3.6 Activity: Verbal and Written Communication

As we are next to start taking mock calls to practice, we are going to talk about written and verbal communication to customers. You teacher will explain basic information about the importance of this communication, styles and barriers.

Watch the video: https://www.youtube.com/watch?v=akfatVK5h3Y

Now, analyze what kind of skills you have in verbal and written communication in groups of 3 people.

Read the following article and listen to your teachers lecture and about: verbal and written communication.

Support Material:

- Guide1_Verbal_ and_ written_ communication_ 001.
- Guide1_Verbal_ and_ written_ communication_ 002.
- Guide1_Verbal_ and_ written_ communication_ 003.

Finally, write a proposal about how to improve your own written and verbal skills.

3.3.7 Activity: Typing

As you already practiced, communication can be in two different styles: verbal and written. Now, we are o going to talk about written communication and typing skills. Nowadays, everybody needs to be a master typist and here we are going to develop those skills.

Read the article: Guide001_Typing_Importance.

Then, it is time to calculate your typing speed. In rode to do so, click on this link and complete the test: https://www.typingtest.com/

Now you know your skills it time to improve your typing by practicing. Complete the exercises:

- https://www.typingtest.com/trainer/ (touch typing)
- https://www.typingtest.com/trainer/ (speed building)
- https://www.typingtest.com/trainer/ (number row)
- https://www.typingtest.com/trainer/ (symbols)
- https://www.typingtest.com/trainer/ (10-key pad number)

Finally, after having practiced a lot, click again on the test and compare your results: https://www.typingtest.com/

3.3.8 Activity: Spelling Practice

Next, we are going to learn about spelling and its importance. At this moment you already know how to use your keyboard. It means when taking calls, you will be a faster and better customer service representative than before. However, before starting we need to cover some important topics about spelling.

Read the article: Guide01_Spelling_Importance.

After that your instructor will propose to complete a diagnostic test to check your spelling skills. In groups of 2 people read a fragment of a text and after 3 minutes compare the spelling of the document.

Your instructor will explain the difference between letter sounds. After that, your instructor will explain the following topics:

- Alphabet
- Symbols
- Basic Math Equations

Once you have listened to your teacher complete the charts with the tracks:

This material can be found in Support Material: Spelling / Spelling Exercises 1 to 5

3.3.9 Activity: Protocols

Finally, it is time to practice, but first your teacher through a lecture is going to explain the following topics: types of customers, channel of communication and basic protocols (call flow). For further reading check these documents:

- Support Material: Customers and types.
- Support Material: Channels of communications.
- Support Material: Call Flow.

3.3.10 Activity: Safety and Health at Work

In order to carry put our jobs in professional way its key to understand the risk that everyone must face when taking calls in a call center environment. Listen to your teachers lecture about risks at work and ergonomic. After that, in groups prepare oral presentations about the following topics:

- Voice Issues
- Eyes Issues
- Ear Issues
- Posture Issues
- Stress Issues

- Ergonomic

Once you have finished that assignment prepare a mind map about the most important risks in a call center environment. You can find additional material in Support Material Folder: Guide01_Health&SafetyRisks.

3.3.11 Activity: Call Simulation

Now we are going to apply our first campaign. It is going to be called: Sears. To understand in detail what we have to do, check the power point presentation: Guide001_Sears.

Your teacher is going to train your group in order to apply this campaign.

Listen to you teacher's explanation and apply all the knowledge you already got.

3.4 Appropriation Activity

3.4.1 Knowledge Exam

In order to verify your understanding of the BPO industry and its features you will have to complete and exam. It is going to be provided by your teacher. This exam can be found in

Support Material: Guide01_Knowledge Exam_ Questionnaire.

3.4.2 Product Making - Lets Record a Call

In order to verify you understanding of the protocols, customer service, vocabulary, spelling and how to handle a call you will have to record 1 of the three scenarios provided by your teacher applying all concepts you already learned.

Support Material: Guide01_Checking List_Call_Recording.

3.4.3 Performance Exam

While taking calls with your classmates your teacher will check your performance, the usage of the protocols, your specific vocabulary and your skills to handle a customer.

Support Material: Guide01_Checking list_Shadow_Check_Up.

4. EVALUATION ACTIVITIES

Evidence of Learning	Evaluation Criteria	Evaluation, Techniques and Tools
• Evidence of Knowledge: Knowledge Exam_ Questionnaire • Evidence of Product: Call_Recording_001 • Evidence of Performance: Shadow_Check_Up_002	- Meet the user's requirement considering the service manual. - Record customer information in the system according to quality standards and technical procedures.	• Guide01_Knowledge Exam_ Questionnaire • Guide01_Checking List_Call_Recording • Guide01_Checking list_Shadow_Check_Up

5. GLOSSARY OF TERMS

Contact Center: Contact center; manages more channels for the reception/emission of information, through telephone calls, emails, faxes, and online communications, including instant messaging through social networks. This entire reception or information delivery center is also called unified communications.

BPO: Business process outsourcing (BPO) is the outsourcing of business process functions to service providers, whether internal or external to the company, that are supposed to be less expensive or more efficient and effective.

KPO: (Knowledge Process Outsourcing) arises when the management of this knowledge, usually carried out within companies, is outsourced.

ITO: Information Technology Outsourcing (ITO), in Spanish Information Technology Outsourcing, is defined as the "assignment to an external company of the management of the information systems of an organization".

ICT: Information and communication technologies (ICTs) are an increasingly effective set of tools for creating and disseminating knowledge, as well as for harnessing it in common. The so-called Information and Communications Technologies (ICTs) are the result of the possibilities created by humanity around the digitization of data, products, services and processes, and their transportation through different means, over long distances and in small intervals of time, in a reliable way, and with cost-benefit relationships never before achieved by man.

Round table: dynamic debate that convenes a group of participants, without differences or hierarchies, to present and develop their opinions and points of view on a certain subject.

Management Indicators: These are quantitative expressions of the variables involved in a process, which allow to verify or measure the coverage of demands, the quality of the satisfactions or products and the impact of the solution of the need of society.

Database: Organized set of personal data that is subject to Processing.

of data, products, services and processes, and their transportation through different means, over long distances and in small intervals of time, in a reliable way, and with cost-benefit relationships never before achieved by man.

6. BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

http://importacionesan.blogspot.com

http://bibliotecadigital.educ.ar

Sena library consultation system

http://senaintro.blackboard.com/webapps/portal/frameset.jsp

https://sites.google.com/a/misena.edu.co/aprendizaje-en-el-sena/tecnicas-de-evaluacion

http://portal.inder.cu/index.php/recursos-informacionales/arts-cient-tec

http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981

associations:

BPRO: Colombian Association of Contact Center and BPO. www.acdecc.org

ACCM: The Association of Call Center Managers. www.callcentermanagers.org

ATA: American Teleservices Association www.ataconnect.org

IMT: Instituto Mexicano de Teleservicios www.imt.com.mx

CRM MEDIA

CRM Community. www.crmcommunity.com

CRM GURU. www.crmguru.com

CRM Project. www.crmproject.com

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	Carlos Andrey Rubiano Muñoz	BPO English Instructor	SENA Market Management, Logistics and Information Technology	JULY 2021
	Vivian Andrea Martinez Silva	BPO English Instructor	SENA Market Management, Logistics and Information Technology	JULY 2021

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)	**Alvaro Baena**	**Instructor BPO/Bilinguismo**	**CCyT Quindío**	Julio 2023	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en operaciones de servicios en Contact Center y BPO
- Código del Programa de Formación: 631124
- Nombre del Proyecto: Desarrollo de campañasde atención, venta y cobro a través del canal Contact Center y BPO
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto: Desarrollar propuesta de campaña para el canal Contact Center según requerimientos de la organización
- Competencia:
  - 260101047 Venta de productos y servicios en canales de Contact Center y BPO
  - 240201526 Ética para la construcción de una cultura de Paz
  - 220601501 Protección para la Salud y el Medio Ambiente
  - 240202501 Bilingüismo
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  - 26010104702 Aplicar técnicas de ventas para el producto o servicio, de acuerdo con perfil del cliente
  - 26010104703 Cerrar negociación teniendo en cuenta políticas de la organización

Ética para la construcción de una cultura de Paz

- 24020152601 Promover mi dignidad y la del otro a partir de los principios y valores éticos como aporte en la instauración de una cultura de paz
- 24020152602 Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del biencomún como aporte para el desarrollo social
- 24020152603 Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios desostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa vigente
- 24020152604 Contribuir con el fortalecimiento de la cultura de paz a partir de la dignidadhumana y las estrategias para la transformación de conflictos

Protección para la Salud y el Medio Ambiente

- 22060150101 Interpretar los problemas ambientales y de SST teniendo en cuenta los planes y programas establecidos por la organización y el entorno social
- 22060150102 Efectuar las acciones para la prevención y control de la problemática ambiental y de SST, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización 22060150103 Verificar las condiciones ambientales y de SST acorde con los lineamientos establecidos para el área de desempeño laboral

- 22060150104 Reportar las condiciones y actos que afecten la protección del medio ambiente y la SST, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el contexto organizacional y social

Bilingüismo

- 24020250103 Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas

- Duración de la Guía: Técnico 192 h + Clave 48 h + Transversales 96 h

2. PRESENTACIÓN

En el desarrollo de su proceso de aprendizaje por proyectos, se requiere que usted sea el protagonista de su propia formación y consolide una actitud crítica, argumentativa y propositiva frente al mismo y al contexto laboral en el que se va a desempeñar.

Estimado aprendiz, la gestión telefónica es una de las herramientas más importantes con las que cuentan los asesores para cumplir los objetivos requeridos por la empresa en servicio al cliente, ventas y/o cobranzas. Al ser esta la actividad central en los Contact Center, es necesario que el asesor desarrolle las competencias laborales indispensables para esta tarea. Por tal motivo usted debe adquirir habilidades como manejo de herramientas de las tecnologías de la información y comunicación TIC y situaciones bajo presión entre otras.

Gestionar y preservar la buena comunicación con los clientes, en el ejercicio de su ocupación o rol de representante de ventas, aplicando los criterios establecidos en la base de datos y matriz de calidad, garantizando el cumplimiento de los parámetros establecidos con el cliente corporativo. A través de esta guía de aprendizaje, usted podrá adquirir la experiencia en procesos de atención a usuarios y ventas telefónicas en tiempo real.

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades Aprendizaje - Área Desarrollo Cognitivo:

Identificar los elementos que conforman la propuesta comercial de la campaña de acuerdo con lascondiciones del mercado

Actividades de Reflexión inicial

1. Aprendiz, imagine que usted al ingresar a una empresa le asignaran gestionar una campaña y usted no cuenta con la experiencia suficiente. Puede suceder que logre cumplir el objetivo o que se quede paralizado al caso extremo de colgar la llamada, o de emitir información errada que revierta todo el proceso en el que se había avanzado.

   Por esta razón existen diferentes aspectos que un asesor de Contact Center debe fortalecer para alcanzar un excelente desempeño en su trabajo como aplicar las herramientas necesarias en la confirmación de las bases de datos, una actitud de servicio, es decir estar dispuesto a enfrentar los desafíos que implican el cumplimiento de los objetivos. Así mismo tener capacidad de adaptación, de conducción de la conversación, de persuasión, capacidad para resolver problemas y ser creativo con el fin de generar estrategias eficientes para el manejo de situaciones bajo presión.

   Escuche la llamada de venta telefónica del material de apoyo y luego responda los siguientes cuestionamientos: Si usted estuviera en el papel del asesor telefónico, ¿Qué hubiera hecho?, ¿Cómo hubiese manejado la situación? Justifique su respuesta, a través de la plenaria dispuesta por su instructor. https://www.youtube.com/watch?v=1LdeuUYoRWI

Duración de la actividad: 3 horas

2. Con el fin de entender de manera práctica el tema y alcanzar los resultados de aprendizaje propuestos en el proyecto, bajo la orientación de su Instructor vaya a la red YouTube, aprecie los videos relacionados a continuación, los cuales corresponden a fragmentos de la película (The Wolf of Wall Street) El lobo de Wall Street.

   https://www.youtube.com/watch?v=MTll45HMMSg (Motivacion Lobo Wall Street)

   https://www.youtube.com/watch?v=6uFrGJmoAEs (Venta por teléfono)



Identifique los aspectos que usted considera relevantes frente a las siguientes ideas:

a. Emociones emitidas por el motivador
b. Emociones percibidas en los vendedores
c. Resultados obtenidos en el contexto

Duración de la actividad: 6 horas

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

3. En esta actividad vamos a establecer el conocimiento acerca de la importancia de la negociación en el sector. Observe el video a través del link a continuación: https://www.youtube.com/watch?v=zDDOuxcHd1Y(Video técnicas de negociación)

   Después de ver el video analice y responda las siguientes preguntas:



- Elabore una tabla comparativa de las habilidades que usted considera debe tener un agente de Contact Center, de acuerdo a su respuesta, analice cuales tiene usted.
- Qué importancia tiene el enfoque de la gestión realizada (es decir la acción) sobre el servicio que se está prestando, independiente del tipo de campaña.
- Argumenta las conclusiones de la actividad realizada con un lenguaje correcto, con una adecuada eficacia comunicativa, puntuación, gramática y redacción.

En plenaria orientada por el Instructor presente sus ideas en una presentación de power point o canva.

Duración de la actividad: 6 horas

4. Aprendiz lo invito a observar y luego analizar la gestión telefónica del siguiente video.https://www.youtube.com/watch?v=2k6ttIReQ2E

Duración de la actividad: 6 horas

Actividades de apropiación del conocimiento

5. Basado en el video anterior, los aprendices se reunirán en equipos y crearán un juego de palabras (15) con términos extraidos del video anterior. Este juego puede ser fisico, digital o de charadas.
6. Luego, los aprendices analizarán la siguientes comparativas



7. Basado en el video y utilizando los términos aprendidos, los aprendices prepararán una estrategia de venta para pasar a un cliente de movistar a WOM
8. Los estudiantes se familiarizan con la matriz de calidad
9. Los aprendices ejecutan una clinica de ventas, la graban y aplican la matriz de calidad , la cual encontrará en la carpeta del material de apoyo, brindado por su instructor.

Duración de la actividad: 3 horas

10. El instructor proporcionara dos artículos “Más feliz de lo que entro” y “Todo aquel que no soy” coneste material realizar en grupos de 2 aprendices un mapa conceptual de cada uno.

Duración de la actividad: 3 horas

11. El instructor ilustrará los conceptos necesarios para realizar una investigación de los siguientes conceptos, se socializará a modo de exposición con presentación en diapositivas, tenga en cuenta que su participación activa es relevante en el desarrollo de la misma, la aplicación de los conceptos se dará en la medida que se conceptualice. Esta investigación se debe realizar con los libros de la base de datos del Sena, asi mismo el instructor dará los siguientes artículos para soportar la investigación: Cortesía telefónica, momentos de verdad, productos y servicios y servicio al cliente.

- Habilidades de negociación
- Herramientas de gestión de relaciones con los clientes CRM
- Estrategias de ventas ofertas de ventas
- Necesidades de clientes
- Producto
- Comunicación comercial
- Dominancias cerebrales
- Técnica de ventas
- Guiones comerciales
- Condiciones comerciales
- Venta
- Cierres de ventas
- Comportamiento del consumidor
- Catalogo y/o portafolio de productos y/o servicios
- Oferta comercial
- Tipología y manejo de clientes
- Indicadores de gestión
- Manual de posibles objeciones y preguntas
- Carta de aceptación del cliente



Duración de la actividad: 30 horas

12. Una vez se haya socializado la actividad de investigación, debe incluir en su trabajo de proyecto el modulo de ventas de llamada saliente. En esto debe incluir un script y protocolo de llamada saliente además de incluir los conceptos incluidos en la actividad anterior, además de lo aprehendido desde el incio del trimestre.

13. En esta actividad lo invito a gestionar y preservar la buena comunicación con los clientes, en el ejercicio de su ocupación y/o rol de representante de ventas, aplicando los criterios

establecidos en la base de datos y matriz de calidad, garantizando el cumplimiento de los parámetros establecidos con el cliente corporativo.

Atender requerimientos de los usuarios, según los procedimientos establecidos por los clientes de la organización a través de la gestión e interacción real con clientes a partir de llamadas telefónicas.

Realizar la venta telefónica del producto o servicio, de acuerdo con las políticas organizacionales, criterios éticos y legales a través de la gestión e interacción real con clientes a partir de llamadas telefónicas.

Validar la aceptación de la oferta o propuesta de venta por parte del cliente, teniendo en cuenta el manejo de objeciones y condiciones de la organización de acuerdo al desempeño reflejado en la lista de chequeo y la matriz de calidad.

Duración de la actividad: 50 horas

14. *El instructor dara una charla magistral sobre el cierre de ventas, realizar un gráfico explicativo en donde se evidencie su aprendizaje*

Duración de la actividad: 3 horas

Actividades Aprendizaje - Área Procedimental:

Vender productos y servicios a partir de las solicitudes y necesidades de los clientes

Elaborar propuesta de campaña teniendo en cuenta requerimientos de la organización

Actividades Aprendizaje - Área Valorativa:

Apropiar los principios y valores éticos como parte de una cultura de paz teniendo en cuenta políticas empresariales

Evaluar la propuesta de campaña teniendo en cuenta acciones de prevención ambiental

Demostrar comunicación verbal en idiomas español e inglés a partir del contexto productivo

Actividades de transferencia del conocimiento

Realizar un juego de roles de acuerdo a la simulación de la estructura organizacional del sector productivo de BPO se apropian de los diferentes roles establecidos como son:

Supervisor

Agente de Calidad (Quality)

Capacitador

El aprendiz en el rol de supervisor, realiza la inspección o verificación del estado del Contact Center, generando y reportando al instructor las novedades existentes alimentando el cuadro de seguimiento, luego asigna las posiciones de los agentes de acuerdo a la planeación de la campaña y da inicio al proceso de gestión telefónica con cliente real (Ejecución de la campaña)

- Realizar el acompañamiento con los agentes, generando el monitoreo de las llamadas en las 3 modalidades: Face to Face, de grabación y remoto.
- Realiza el seguimiento y verificación del cumplimiento de los indicadores establecidos en el Brief, con el fin de dar cumplimento a las metas establecidas con el cliente corporativo, de acuerdo a los resultados de aprendizaje del programa de formación.

El aprendiz en el rol de asesor, cumple con la adherencia al turno, reportar las novedades de su puestode trabajo, realiza el respectivo logueo al aplicativo didáctico Teams e inicia la gestión de acuerdo al diseño y montaje de la campaña. Cumple con los planes de mejoramiento, establecidos para la buenagestión de los objetivos de la campaña.

El aprendiz en el rol de capacitador, realiza el acompañamiento del aprendiz (asesor) haciendo el asesoramiento de las inquietudes referentes al producto o servicio. Cumple con los indicadores de capacitación previamente establecidos en el dimensionamiento de la operación. Hace seguimiento de los planes de mejora establecidos.

El aprendiz en el rol de Quality, realizara los monitores de calidad correspondientes al dimensionamiento establecido para la operación. Diligencia la matriz de calidad previamente establecida. Efectúa la retroalimentación a los aprendices en el rol de asesor en compañía del coordinador, identificando las falencias detectadas para generar un plan de mejoramiento inmediato con el objetivo de mejorar los indicadores de calidad. Hace seguimiento de los planes de mejora establecidos.

Duración de la actividad: 20 horas

- Ambiente Requerido
  Laboratorio de Contact Center con capacidad para 36 personas, mesas y 36 sillas ergonómicas. Ambientes propicios para el manejo de la comunicación asertiva. Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal. Elementos y condiciones relacionadas con la seguridad industrial, la salud ocupacional y el medio ambiente

- Materiales
  Computadores, Televisor, Impresora Láser, Tablero Acrílico

  Marcador Borrables, resma de papel tamaño carta, resma de papel tamaño oficio, borrador para tablero, gancho Clip, resaltadores, sacapunta, borrador, regla y lápiz

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos deEvaluación
Evidencia de conocimiento: Respuesta a preguntas sobre técnicas de ventas,portafolio, objeciones, cierre ydocumentos comerciales	· Atiende objeciones del cliente teniendo en cuentalos protocolos de la organización · Negocia productos y servicios de acuerdo contécnicas de ventas · Diligencia documentos comerciales de acuerdocon procedimientos · Vende productos y servicios de acuerdo con laspolíticas comerciales de la organización	**Técnica de Evaluación:** Valoración de conocimiento **Instrumento de evaluación:** Cuestionario
Evidencia de Producto: Propuestade campaña		**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Lista de Verificación

Evidencias de Producto: Talleres de Ética cultura y paz	· Define su proyecto de vida de acuerdo a los criterios de Dignidad, de Respeto, Creencias, Ecología y Cultura. · Reconoce su valor y el valor del otro de acuerdo a los principios de dignidad y construcción cultural y autonomía · Define su proyecto de vida con base en criterios axiológicos y culturales y hábitos de convivencia · Utiliza herramientas que permiten la comunicación asertiva en diferentes entornos teniendo en cuenta la pedagogía para la paz · Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencial y la promoción de una cultura de paz · Cambia actitudes frente a su comportamiento con base en la dignidad, aportando a la cultura de paz · Reconoce hitos históricos de violencia y paz como aporte a la construcción de una cultura de paz · Modifica actitudes comportamentales a partir de la resolución pacífica de conflictos · Aplica acciones de prevención de acciones violentas con base en estrategias de comunicación asertiva · Evidencia respeto por el bien común, la alteridad y el diálogo con el otro con base en principios axiológicos	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Guía para la realización de un taller
Evidencias de Producto: Talleres de Medio ambiente, salud y seguridad en el trabajo	· Contextualiza el entorno ambiental y de la seguridad y salud en el trabajo según la normatividad vigente. · Analiza la problemática ambiental, peligros y riesgos de las personas en su desempeño laboral 3 según marco normativo. · Interpreta los planes y programas de gestión ambiental y de SST según las condiciones de su ambiente laboral. · Identifica los procedimientos de control operacional, ambiental y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con la política de la organización. · Aplica técnicas y procedimientos de control para el manejo ambiental y prevención de enfermedades laborales y accidentes de trabajo teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la organización. · Actúa frente a los incidentes ambientales y de seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con lo establecido en el plan de emergencias. · Identifica los mecanismos de control y seguimiento a las condiciones ambientales y	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de Evaluación:** Guía para

	del SST, para el monitoreo de las buenas prácticas ambientales según las condiciones y actos seguros de su entorno laboral. · Aplica Técnicas y procedimientos para el control de las condiciones ambientales y de SST según política de la organización y el contexto de su desempeño laboral. · Prepara los reportes de actos y condiciones que afectan el desempeño ambiental y de la SST según objetivo del informe y lineamientos de la organización	la realización de un taller
Evidencias de Desempeño: Interpretación de diálogo en el idioma inglés	· Expresa el quehacer diario personal y laboral utilizando vocabulario y gramática acorde con nivel principiante. · Comprende recomendaciones sobre conductas seguras en el lugar de trabajo, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante. · Expresa gustos, preferencias y actividades en el tiempo libre utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.	**Técnica de evaluación:** Observación sistémica **Instrumento de evaluación:** Lista de Chequeo

	· Comprende narraciones cortas orales y escritas acerca de situaciones que ocurren en el momento de la expresión, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante. · Emplea la estructura básica del inglés (sujeto+verbo+complemento) en la elaboración de textos cortos orales y escritos que contienen descripción u opinión acerca de un sitio turístico de interés de su región utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante. · Comprende conversaciones cortas acerca de experiencias pasadas utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante. · Emplea la estructura básica del inglés (sujeto+verbo+complemento) en la elaboración de textos cortos orales y escritos en pasado simple que contienen información personal de su historia de vida y de otros	

5. GLOSARIO DE TERMINOS

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA: Estudio de mercado que consiste en recoger información útil sobre los competidores, analizar dicha información, y luego, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos, bloquear sus fortalezas y aprovechar sus debilidades.

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR: Estudio de mercado que consiste analizar necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra (dónde compran, cuándo compran, cada cuánto tiempo compran, por qué compran), costumbres, actitudes y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.

BASE DE DATOS: Conjunto de datos relacionados a un determinado aspecto de un negocio (por ejemplo, información relacionada a nuestros clientes), que almacenamos sistemáticamente para un uso posterior (por ejemplo, para determinar qué productos prefiere determinado consumidor, y de ese modo poder ofrecerle una mejor atención o un trato personalizado)

BENCHMARKING: Herramienta empresarial que consiste en el análisis y seguimiento de otros negocios o empresas similares al nuestro (especialmente los líderes), con el fin de tomar como referencia sus productos, servicios, procesos de trabajo, estrategias, políticas internas, etc., que mejor resultados lesestén dando; para luego adaptarlos a nuestro negocio, mejorarlos y agregarles nuestra creatividad.

CAMPAÑA: Labor específica para la que es contratado el Centro de Contacto, en esta se definen los objetivos y metas a alcanzar, así como los indicadores a medir

CANALES DE DISTRIBUCIÓN (CANALES DE VENTA): Canales o medios a través de los cuales se vende u ofreceun producto a los consumidores.

Tipos de canales de distribución:

- Canal directo: Se da cuando se vende un producto directamente a los consumidores; ejemplos de canales directos son una tienda o local propio, Internet, las ventas telefónicas, el envío de correos, las visitas a domicilio, etc.

- Canal indirecto: Se da cuando primero se vende un producto a intermediarios, y luego éstos venden el producto al consumidor final; ejemplos de canales indirectos son los mayoristas, las distribuidoras, los agentes (agencias de viaje, agentes de seguros), los minoristas (tiendas, bazares), los detallistas (supermercados, grandes almacenes).

CIERRE DE VENTAS: Última etapa del proceso de ventas, en la cual, luego de haber presentado el productoal cliente potencial, el vendedor lo induce a decidirse por la compra.

CLIENTE: Persona que ya ha comprado nuestros productos o adquirido nuestros servicios; se diferencia de un "consumidor", en que el consumidor no necesariamente nos ha comprado o adquirido nuestros productos o servicios.

CLIENTE POTENCIAL: Consumidor del cual hay buenas posibilidades de que se convierta en nuestrocliente.

COMPETENCIA: Conjunto de negocios o empresas que compiten con el nuestro.Tipos de competidores:

- Competidores directos: negocios o empresas que venden productos similares al nuestro.

- Competidores indirectos: negocios o empresas que venden productos sustitutos al nuestro, por ejemplo, un negocio que comercializa mermelada sería el competidor indirecto de un negocio que comercializa mantequilla.

COMPETENCIA DISTINTIVA: Fortaleza de un negocio o empresa que los competidores no pueden igualar oimitar fácilmente.

COMPETITIVIDAD: Capacidad de un negocio o empresa para tener una posición competitiva o vanguardista en el mercado.

DIMENSIONAMIENTO: Establecimiento del número de agentes adecuado es vital para el rendimientode un Centro de Llamadas. Si el número de agentes es menor del necesario, los tiempos de espera sealargarán inaceptablemente; por el contrario, si disponemos de más 'staff' del necesario, los costos sedispararán.

ESLOGAN: Frase publicitaria corta y original que tiene por finalidad posicionar una característica o beneficio principal de un producto o servicio en la mente de los consumidores.

GUIÓN: Llamado también script, es una guía protocolizada, establecido para una campaña de manera obligatoria se da al inicio implica saludo, presentación de la empresa, presentación del agente, manejo de objeciones y llamada, un recordatorio y despedida al final de cada llamada

GRABACIONES DIGITALES (DIGITIZED RECORDING): Esta tecnología permite grabar automáticamente la conversación de un agente con el cliente, o parte de esta, y queda integrada al record de la transacción para fines de monitoreo de calidad o como mecanismo de seguridad en ofertas específicas, (Ej.: Ventas de Tarjetas de Crédito.)

LOGOTIPO: Distintivo gráfico que representa a un negocio o empresa, normalmente incluye el nombre del negocio o su marca.

MANUAL DE OBJECIÓN: Es el documento que contiene aquellas objeciones que podría encontrar su producto en el mercado de destino y encontrar la mejor respuesta para superarlas.

MERCADO: Desde el punto de vista de la economía, mercado es el lugar donde se juntan compradores y vendedores para realizar transacciones de bienes y servicios, pero desde el punto de vista del marketing, mercado es el conjunto de personas u organismos con necesidades o deseos a satisfacer.

MONITOREO EN LÍNEA AGENTES Y LLAMADAS – CMS / AVAYA: Es una de las herramientas fundamentales en la gestión diaria del personal de supervisión DE CALIDAD, el cual permite un monitoreo permanente en tiempo real del estado actual de cada agente.

NICHO DE MERCADO: Segmento o área de mercado que todavía no ha sido cubierto (demanda insatisfecha**)**

OUTSOURCING: Representa la oportunidad de dejar en manos de compañías expertas la administración y el manejo eficiente y efectivo de los procesos que no están ligados directamente con la naturaleza del negocio.

PORTAFOLIO DE PRODUCTO: Es un documento o una presentación donde una compañía detalla las características de su oferta comercial. Este tipo de portafolio puede dirigirse a potenciales clientes, posibles socios comerciales, proveedores, etc.

PLAN DE ACCIÓN: es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto.

PROMOCIÓN: Acto y efecto de dar a conocer los productos o servicios (incluyendo sus características y beneficios) de un negocio o empresa, persuadir su compra o adquisición, y hacerlos recordar constantemente a los consumidores.

PROYECTO: Un proyecto es un conjunto de acciones que se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos.

RELACIONES PÚBLICAS: Conjunto de acciones que tienen como objetivo crear y mantener una imagen positiva del negocio o empresa ante los consumidores, por ejemplo, al participar en actos de caridad, al dar una opinión a nombre del negocio o de la empresa ante algún evento o suceso en particular, etc.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO: Acto y efecto de segmentar o dividir el mercado total que existe para un producto o servicio, en diferentes mercados homogéneos (conformados por un determinado tipo de consumidor con características similares), y así poder, de entre dichos sub-mercados resultantes, escoger al más idóneo o atractivo para incursionar.

SERVICIO: Conjunto de intangibles tales como desempeños, esfuerzos o atenciones, pero que también incluye elementos tangibles tales como, por ejemplo, en un restaurante: los alimentos, las bebidas o los muebles.

SERVICIO AL CLIENTE (ATENCIÓN AL CLIENTE): Servicio o atención que proporciona un negocio o empresa a sus clientes, cuando se habla de dar un buen servicio o atención al cliente, se hace referencia a darle un buen trato, a ser amables con él, a darle un servicio personalizado, a brindarle un ambiente agradable, a hacer que se sienta cómodo y seguro en nuestro local, a proporcionales servicios extras al producto, etc.

TELEMARKETING: Forma del Marketing Directo en la que un vendedor utiliza el teléfono para contactar con clientes potenciales y vender productos y servicios, ya sea a través de llamadas de salida (Outbound) o de llamadas entrantes (Inbound). Los clientes potenciales se identifican y clasifican por varios medios como su historial de compras, encuestas previas, participación en concursos, solicitudes de empleo, entre muchas otras.

TIPIFICACIONES: Palabra o palabras clave que resumen el motivo de la llamada, permitiendo medir productividad y sacar indicadores de la gestión.

USUARIO: Quien utiliza un producto o servicio, a diferencia de un cliente, un usuario, no necesariamente es quien ha adquirido el producto o el servicio

VALOR AGREGADO (VALOR AÑADIDO): Característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio para darle un mayor valor, generalmente es una característica o servicio poco usual, o poco usada por los demás competidores, que le da al negocio o empresa cierta diferenciación.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

Ferrando, A. (2001). Marketing en empresas de servicios. México. Editorial: Alfaomega

Reinares. P. (2006). Marketing relacional. México. Editorial: Prentice Hall López F. (2006). Operaciones de venta. España. Editorial Thomson Paraninfo.

Stanton, W (2007). Fundamentos de Marketing. México. Mc Graw Hill 14ª Edición. Ed. Thomson

Simpson, H. (2007). Principios de Marketing y sus mejores prácticas. México D.F. México. Stanton, W (2007). Fundamentos de Marketing. México. Mc Graw Hill 14ª Edición.

Palomares, R. (2009). Merchandising Teoría, práctica y estrategia Editorial ESIC

Lobato, F. (2010) Operaciones administrativas de compra-venta. MacMillan

Editores

Muñiz, R. (2011). Marketing en el siglo xxi: técnicas de ventas y comunicación comercial. 3 ed. Capítulo 8: los call centers. Centro de estudios financieros. Madrid.

Velarde, M. (2008). Estudio español sobre call centers. Resumen ejecutivo.

Huidobro, J. & Roldán, D. (2003). Integración de voz y datos: call centers: tecnología y aplicaciones. Madrid: McGraw-Hill Interamericana

Cremaschi, E. (2014). Calidad de servicio y atención al cliente: ideas, métodos y técnicas para ganar y conquistar clientes. Buenos Aires: Edicon Consejo profesional de Ciencias Económicas.

Kotler, P & Armstrong, G. (2014). Fundamentos de marketing. México. Pearson 11ª Edición.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Equipo de instructores Contact Center	Instructores técnicos	UTD Sede Fontibón Centro de gestiónde mercados, logística y Tic	26 de noviembre de2021
	Liliana María Jaramillo Marín	Instructora	Centro de Comercio, Regional Antioquia	
	María Eugenia Solarte	Instructora	Centro de comercio y servicios –Regional Cauca	
	Claudia Juliana León Pinto	Instructora	Centro de servicios empresariales y turísticos / Regional Santander	
	José Luis CastañoMuñoz	Formador de formadores	Centro de Comercio y servicios –Regional Caldas	
	Iván Vélez Villegas	Gestor Red Comercio y ventas	Centro de Comercio y turismo –Regional Quindío	

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Ingles Basico -Nivel 1
- **Código del Programa de Formación**: **51240078**
- **Nombre del Proyecto :** N/A
- **Fase del Proyecto** : N/A
- **Actividad de Proyecto** : N/A
- **Competencia**:linteractuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
  -construir expresiones cortas en inglés según el contexto personal.
  - relacionar vocabulario y expresiones en inglés de acuerdo con su información personal.
  - comunicar aspectos personales en inglés teniendo en cuenta su contexto social y familiar
- **Duración de la Guía** : 48 horas

2. PRESENTACIÓN

Dear learners! ¡Queridos Aprendices!



¿Sabías que el idioma ingles es el tercer idioma más hablado por cantidad de usuarios seguidos del chino y el español? ¿Sabías que es el primero por ser el idioma preferido para los negocios, la ciencia, la tecnología, y otros? ¿Sabías que aprender otro idioma es bueno para tu cerebro y retarda la aparición de enfermedades como el alzhéimer?

Si estas preguntas han encendido tu curiosidad por aprender este idioma, este es el espacio y el momento para que empieces a hacerlo.

En la actualidad es indispensable contar con el manejo de una segunda lengua, ya sea para el desarrollo laboral o personal, o para momentos de esparcimiento.

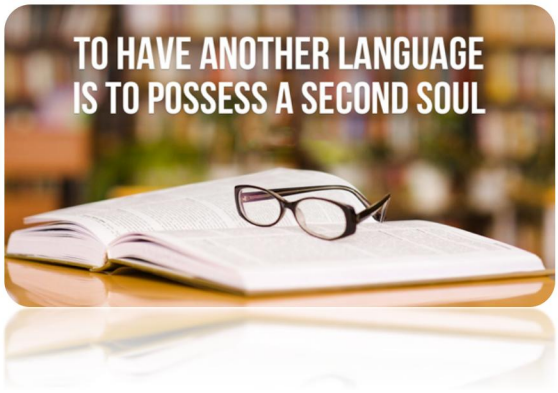
Nunca es tarde para iniciar el aprendizaje, por varias razones, aprender otro idioma nos posiciona en un mundo cada vez más exigente y nos ayuda a entender que este es diferente, que existen diversidades culturales y que es una necesidad al momento de las relaciones sociales ya que este aprendizaje logra mejorar la interacción con el entorno.

Es por esto que la intención de esta formación es brindar las herramientas lingüísticas, pragmáticas y sociolingüísticas necesarias para emprender el camino a la comprensión y producción de la lengua

inglesa, además de los contextos en donde esta se usa.

Recuerden que durante este proceso su participación y trabajo colaborativo es muy importante. Muchas actividades que se desarrollarán en forma grupal y sus compañeros serán sus aliados para su propio aprendizaje.

Recuerden:



"Saber otro idioma es poseer una segunda alma"

Charlemagne

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.



Teniendo en cuenta sus previos encuentros con la lengua inglesa va a discutir con sus compañeros acerca de sus experiencias ¿Han sido buenas? ¿Han sido satisfactorias? Después, compártalas con el grupo además de sus anhelos, deseos y metas que se esperan alcanzar con este nuevo propósito de aprender una segunda lengua.

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

Teniendo como base la presentación personal que el instructor dará, desarrolle su propia presentación utilizando información recogida de la interacción con su instructor. Desarrolle una breve presentación personal en donde mencione sus datos personales: nombre, apellido, edad) y algunos datos extras como: lugar donde vive, lugar de

nacimiento, y algunos gustos. Recuerde realizar su presentación utilizando frases completas y utilizando las estructuras que pueda reconocer de su instructor.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

-Resultado de aprendizaje :

- Construir expresiones cortas en inglés según el contexto personal.

3.3.1 GREETINGS AND INTRODUCTIONS!

Participe en un dialogo en cual realizara saludo, presentación personal, y tema de interés.



Usted puede encontrar muchas formas de presentarse o de saludar. Puede ser de formal o informal.

Formal: Se usan cuando necesita referirse a una persona de manera seria.

Hello, …/ Hi, …

Good morning/ afternoon/ evening.

Informal: Se usan cuando el grado de seriedad es menos y es un lenguaje que se usa en contextos cotidianos.

How's it going? How are you doing?

What's up? What's new? What's going on?

Good-byes:

Good bye/ Bye/ I'll say good bye

See you later/ See you soon.

I must go now.

PRACTICE TIME!

Lea la conversación que se encuentra en el link que aparecerá en la parte de abajo y basándose en ella construya una conversación con otro compañero. Después debe presentarla en frente del grupo.

http://www.curso-ingles.com/business-english/vocabulario-viajar.php

Escriba su conversación en Word para que quede como evidencia.

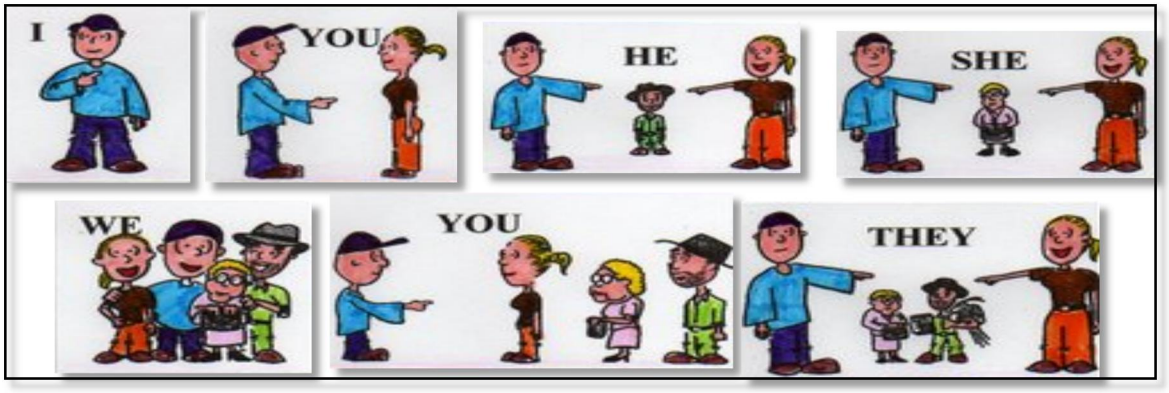
A continuación va a encontrar cinco maneras de responder como



Para que fortalezca sus conocimientos acerca de este tema puede visitar el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=h-VKSSd9hko

3.3.2 SUBJECTS PRONOUNS

Los “subjects pronouns” se usan para reemplazar el sujeto (persona o cosa) de un verbo en una oración.

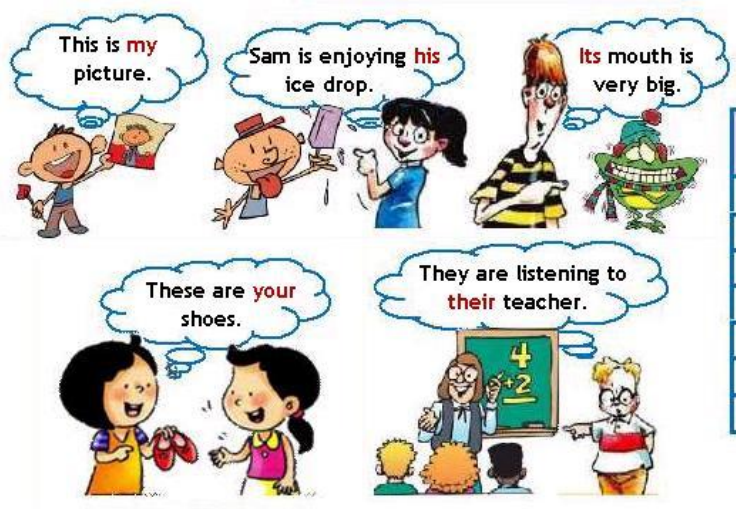


PRACTICE TIME!

En una hoja de papel escriba un nombre, apellido, edad, profesión y país de origen que sean diferentes a su verdadera información. Después de ello su instructor le dirá que hacer con dicha información.

3.3.3 POSSESSIVES ADJECTIVES

Utilizamos los “possessives adjectives” para referirnos a algo que posee alguna cosa o animal que posee una persona(s) especifica.



Subject Pronouns	Possessive Adjectives
I	My
You	Your
He	His
She	Her
It	Its
We	Our
They	Their

Ejemplo:

3.3.4 ADJECTIVES

El adjetivo es una parte de la oración o clase de palabra que complementa a un sustantivo para calificarlo; expresa características o propiedades atribuidas a un sustantivo.

En inglés el adjetivo va antes del sustantivo.

Por ejemplo: *Maria has a **beautiful** dog.*

PRACTICE TIME!

Elija una persona famosa y haga una descripción tanto de su parte física como de su personalidad y escriba esa descripción en una hoja sin decirle a sus compañeros la persona que escogió.

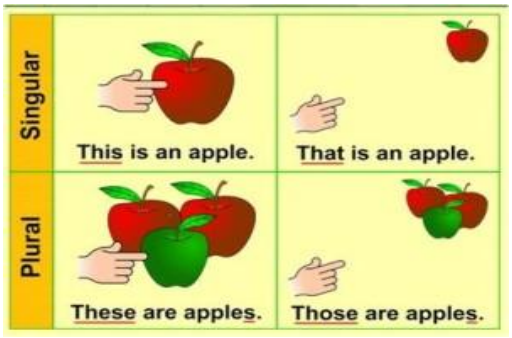
Después, en voz alta va a decirle al grupo su descripción y ellos tratarán de adivinarlo.

http://www.montsemorales.com/gramatica/Possessiv2.htm

3.3.5 DEMONSTRATIVE PRONOUNS

Los adjetivos demostrativos son aquellos que se utilizan para determinar la ubicación de las cosas.

A continuación, consulte el nombre de los objetos personales y artículos de uso diario por medio del siguiente enlace:
http://www.speakenglish.co.uk/vocab/clothing_and_personal_items?lang=es



3.3.6 COUNTRIES AND NATIONALITIES

Los gentilicios en inglés son un tipo de adjetivos que utilizamos para hablar del lugar de origen o de residencia de una persona, grupo u objeto. Pueden hacer referencia a una población, estado, país, región geográfica o continente.

En inglés se les llama gentilic adjectives (adjetivos gentilicio), nationality (nacionalidad) o (gentilicio, nombre de denominación).



En cuando a su ortografía, los gentilicios en inglés siempre se escriben con inicial mayúscula.

Además los gentilicios en inglés no tienen distinción entre el masculino y el femenino.

La mayoría de los gentilicios se forman agregando –an o –ian al nombre del país o región. Sin embargo, esto no sucede en todos los casos, por lo que siempre hay que estar atentos a sus formas.

Ejemplo:

Belgium (*Bélgica*)	Belgian	a Belgian
Canada (*Canadá*)	Canadian	a Canadian

Chile (*Chile*)	Chilean	a Chilean
Germany (*Alemania*)	German	a German
Italy (*Italia*)	Italian	an Italian

Para preguntar y expresar cuál es el país (country) de origen de alguien, se utilizan tanto el verbo *to be* como el verbo "*come*", que en este contexto se traducen por 'ser/provenir/venir de un país´:

be + from + país

-Where are you from? – (¿De dónde eres?)

- I'm from France. – (Soy de Francia)

come + from + país

-Where do you come from? – (¿De dónde eres?)

-We come from China. – (Somos de China)

PRACTICE TIME!

En grupos de tres van a elegir un país y van a buscar información relevante del país y van a crear una presentación de ese país. Usen el vocabulario aprendido.

Después de esta actividad realice el siguiente ejercicio dando click en el enlace:

http://www.englishexercises.org/makeagame/viewga me.asp?id=2122

3.3.6 DESCRIBING CITIES

Para describir un objeto, lugar o cosa en ingles se utilizan adjetivos y diferentes estructuras de comparación y superioridad. Por medio del siguiente enlace http://www.englisch-hilfen.de/en/grammar/adjektive_steig.htm, revise las estructuras utilizadas para tal fin. Posteriormente las socializaremos en formación

PRACTICE TIME!

Elija dos o tres ciudades de su interés y elabore una presentación en donde hable, describa y las compare utilizando la información previamente estudiada.

3.3.7 **INTRODUCING NEW VOCABULARY-HOUSEHOLD APPLIANCES**

Una de los componentes lingüísticos esenciales en el aprendizaje del idioma inglés, es la adquisición de vocabulario esencial y practico. Consecuentemente, observe los siguientes videos clips en donde presentan vocabulario relacionado a los objetos del hogar

. https://www.youtube.com/watch?v=GFjL1FERYHw

https://www.youtube.com/watch?v=n2aBHiwk2go

Posteriormente consulte el siguiente enlace http://www.grammar.cl/Present/ThereIsThereAre.htm y revise la funciones de las estructuras there is/there are para expresar cantidad. Finalmente socializaremos en formación antes de realizar la actividad práctica.

3.3.8 ACTIVITIES AND INTERESTS

Revise las expresiones que su instructor le asignara a través del material adicional a la formación. Posteriormente, visite el siguiente enlace

https://www.youtube.com/watch?v=WSwKvSsDSmg relacionado al tema a tratar.

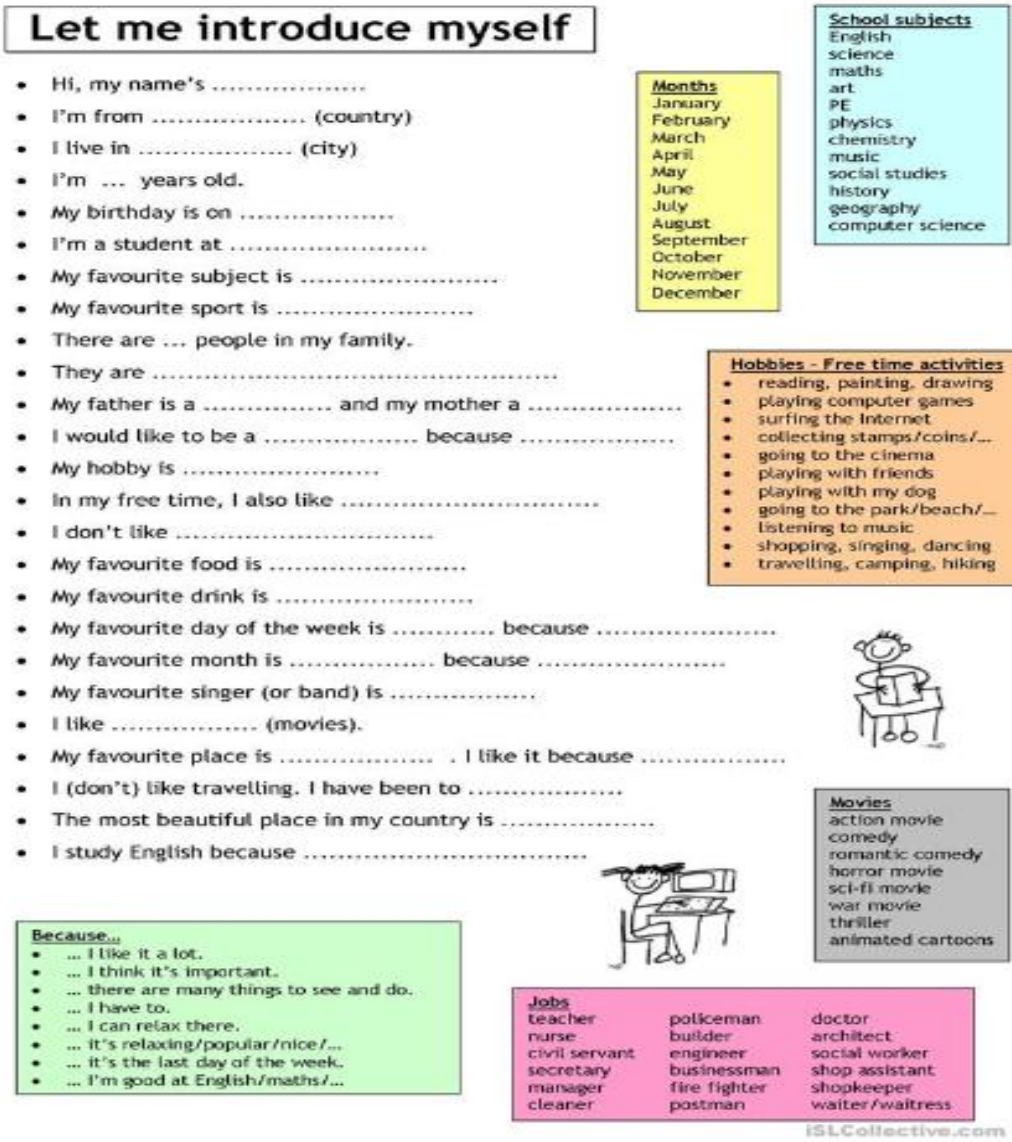
}**http://www.esl-lab.com/elem/elemrd1.htm** present simple listening

DICTATIONS

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

It is time to introduce yourself ! , usando el formato , debera completer cada oracion con su informacion personal , incluya detalles y elementos que describan

de manera puntual detalles de su cotidianidad , gustos y hobbies , actividades de tiempo libre entre otros .



4-Actividades de evaluación.

Evidencias de aprendizaje	Criterrio de Evaluacion	Tecnicas e instrumentos de Evaluación
evidencias de conocimiento: first and second workshop evidencias de desempeño: introduce yourself using personal information evidencias de producto: written workshops	realiza apareamiento entre vocabulario, expresiones e imágenes de acuerdo con el contexto personal. enuncia vocabulario y expresiones de acuerdo con su contexto personal expresa oraciones cortas en inglés de forma oral acerca de situaciones cotidianas de acuerdo con su contexto familiar y personal teniendo en cuenta funciones del lenguaje y vocabulario pertinente. comprende ideas generales en audios y textos cortos teniendo en cuenta temas de carácter personal y familiar.	Conocimiento: técnica será formulación de preguntas/instrumento cuestionario Desempeño: observación directa/Lista de chequeo de desempeño Producto: valoración de producto/instrumento lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

-Adjectives: Adjetivos. Formas calificativas de sustantivos o cosas, generando una apreciación sobre estas.

• **Affirmative answer:** Forma gramatical de respuesta afirmativa

• **Affirmative sentence:** Forma gramatical de manera afirmativa

• **Do / Does:** Auxiliares para la construcción de preguntas y negaciones en el uso del presente simple.

• **Interrogative sentence:** Forma gramatical en pregunta

• **Negative answer:** Forma gramatical de respuesta negativa

• **Negative sentence:** Forma gramatical de manera negativa

• **Numbers: Números**, cantidades de forma cardinal y ordinal.

-Nouns : se usan para referirse a personas, animales, cosas y objetos, eventos, lugares o ideas abstractas.

-Pronouns : la lengua inglesa distingue entre pronombres en función de sujeto (subject pronouns) y pronombres en función de objeto (object pronouns)..

• **There is / There are:** Elementos gramaticales de referencia para cantidades en presente, tanto en singular como en plural.

• **Verb to be**: Forma verbal de referencia para ser y estar.

• **Verbs: Verbos.** Formas de referencia a acciones.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

https://www.lewolang.com/

http://woodward.lingualia.com/

https://www.easypacelearning.com/

https://www.britishcouncil.org.mx/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)	**EDUIN PINEDA CADAVID**	**INSTRUCTOR**		**Febrero 2023**

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					

Formación para el desarrollo de competencias a través de la metodlogia de la formación por proyectos .