Informe del contenido de la ruta de aprendizaje

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Proyectos de la ruta:

Código proyecto: 2366020
Nombre proyecto: GESTIÓN PARA LA MEJORA EN LA FUERZA DE VENTAS
Tipo de proyecto: DESARROLLO CURRICULAR
Duración del proyecto: 24
Estado del proyecto: PUBLICADO
Tipo de formación: TITULADA
Justificación: Un aporte importante se logra con el gestionamiento de la mejora en la
Necesidad a solucionar: Teniendo en cuenta las tendencias mundiales de globalización de mercados,

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3379

Nombre de la competencia: PLANEAR ACTIVIDADES DE MERCADEO QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y A LOS OBJETIVOS DE

Criterio de evaluación:

- EVALÚA LA INFORMACIÓN DEL MERCADO A PARTIR DE DATOS HISTÓRICOS Y DE LAS VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS QUE AFECTAN A LA ORGANIZACIÓN Y AL ENTORNO DESDE DIFERENTES PERSPECTIVAS APLICANDO LAS METODOLOGÍAS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO PARA LA IDENTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE SITUACIONES DEL MERCADO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

- RELACIONA VARIABLES DE MERCADEO Y DE LA EMPRESA QUE PLANTEEN RESULTADOS MEDIBLES, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE RAZONES Y PROPORCIONES, CON EL FIN DE ESTABLECER INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE LAS ACCIONES PARA EVALUAR LOS RESULTADOS PROPUESTOS EN EL PLAN DE MERCADEO Y DE ACUERDO CON OBJETIVOS Y METAS DE MERCADEO ESTABLECIDAS EN EL PLAN.

- PLANTEA ACCIONES DE MERCADEO PARA LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO A PARTIR DE LOS RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO, CON BASE EN HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS.

- ELABORA PLANES ESTRATÉGICOS PARA LAS DIFERENTES ACCIONES DE MERCADEO, UTILIZANDO TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS Y DE PROGRAMACIÓN DE TIEMPOS CON EL USO DE MATRICES ESTRATÉGICAS Y CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Conocimiento del proceso: ESTUDIAR LOS ENTORNOS ECONÓMICO, GEOGRÁFICO, POLÍTICO, SOCIAL, CULTURAL Y LEGAL, TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES, PREVIO A LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO DEL MERCADO.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

FORMULAR DIAGNÓSTICOS PARTIR DE LA INFORMACIÓN HISTÓRICA Y DE LAS VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS QUE AFECTAN A LA ORGANIZACIÓN Y AL ENTORNO.

DESARROLLAR DIAGNÓSTICOS APLICANDO LAS METODOLOGÍAS, TÉCNICAS Y TECNOLÓGICAS EXISTENTES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS Y EVALUACIÓN DE SITUACIONES DEL MERCADO.

ELABORAR DIAGNÓSTICOS QUE REFLEJAN LAS OPORTUNIDADES, FORTALEZAS, AMENAZAS Y DEBILIDADES DE LA EMPRESA EN EL MERCADO Y ARROJEN INFORMACIÓN DE LAS VARIABLES QUE AFECTAN EL MERCADO A PARTIR DE LAS ORIENTACIONES, POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

ESTRUCTURAR LOS DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LAS DIFERENTES ÁREAS FUNCIONALES Y NIVELES EN LA ORGANIZACIÓN.

DEFINIR INDICADORES PARA LOS DIFERENTES NIVELES DEL MERCADO QUE PERMITEN EVALUAR LA VARIACIÓN, PARTICIPACIÓN, PENETRACIÓN Y CRECIMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

SELECCIONAR LAS VARIABLES PARA ESTABLECER INDICADORES TENIENDO EN CUENTA LA COMPATIBILIDAD DE RELACIÓN Y ANÁLISIS.

FIJAR LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FORMATO COMERCIAL DEL NEGOCIO, LOS PROCESOS, LAS UNIDADES, LOS TIEMPOS, LOS COSTOS E INGRESOS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES DE MERCADEO EN LA EMPRESA.

ESTABLECER INDICADORES QUE PERMITAN MEDIR LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO, LA RENTABILIDAD DEL CAPITAL INVERTIDO Y EL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DURANTE LAS DIVERSAS ETAPAS DEL CICLO DE VIDA. SELECCIONAR LAS VARIABLES PARA ESTABLECER INDICADORES TENIENDO EN CUENTA LA COMPATIBILIDAD DE RELACIÓN Y ANÁLISIS.

PROYECTAR INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO CON BASE EN EL ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ANTERIORES Y LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EXISTENTES CON EL FIN DE COMPARAR LO PRESUPUESTADO FRENTE A LO REALIZADO EN LAS DIFERENTES ÁREAS DE GESTIÓN DEL MERCADEO.

DETERMINAR LOS INDICADORES CON BASE EN LAS VENTAS Y COSTOS DEFINIDOS EN EL PLAN DE MERCADEO PARA UN PERIODO DETERMINADO, TENIENDO EN CUENTA LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN Y NECESIDADES DEL MERCADO, APLICANDO PARA SU CÁLCULO LAS TÉCNICAS Y TECNOLOGÍAS EXISTENTES.

EVALUAR LAS VARIABLES CULTURALES DE LA REGIÓN O PAÍS A INCURSIONAR CON EL FIN DE IDENTIFICAR LOS ASPECTOS A TENER EN CUENTA EN LA FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL MERCADO SELECCIONADO.

TOMAR LA MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, POLÍTICAS, ESTRATEGIAS CORPORATIVAS Y POSICIÓN DESEADA POR LA EMPRESA DENTRO DE LOS MERCADOS COMO PUNTO DE PARTIDA PARA DISEÑAR EL PLAN ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS.

ANALIZAR LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE LA EMPRESA EN EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL EN RELACIÓN CON LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, LAS UNIDADES DE NEGOCIOS, EL POTENCIAL DE MERCADO, EL MERCADO META Y LA COMPETENCIA, PARA IDENTIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS Y LAS POSIBILIDADES DE VENTA Y EXPORTACIÓN.

EVALUAR LA TECNOLOGÍA, CALIDAD Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO, SERVICIO AL CLIENTE, LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN, ESTRUCTURA DE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

SUS PRODUCTOS.
INVESTIGAR LA POSICIÓN DE LA EMPRESA, LAS VENTAJAS COMPETITIVAS, LAS CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS Y COMUNES EN CADA UNO DE LOS MERCADOS ANTES DE FORMULAR EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO.
FORMULAR ESTRATEGIAS ANALIZANDO LAS BARRERAS EN CUANTO A MARCAS, PRECIOS, LEALTAD DE LOS CLIENTES, DIFICULTAD DE ACCESO A LAS MATERIAS PRIMAS, CANALES DE DISTRIBUCIÓN ESTABLECIDOS Y SUBSIDIOS O RESTRICCIONES GUBERNAMENTALES.
AJUSTAR LAS ESTRATEGIAS A LOS RECURSOS, PRESUPUESTOS, TIEMPOS, ÍNDICES DE DESEMPEÑO DEL MERCADO, CONDICIONES Y REGLAMENTACIONES DE LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES E INDICADORES Y PARÁMETROS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
PROPONER PLANES ESTRATÉGICOS QUE ABARQUEN TODAS LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LA ACTIVIDAD DE MERCADEO NACIONAL E INTERNACIONAL, TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA MUNDIAL EN SUS ASPECTOS INSTITUCIONALES Y COMERCIALES, ECONÓMICOS Y GEOGRÁFICOS.
FORMULAR EL PLAN DE ACCIÓN A PARTIR DEL DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA TENIENDO EN CUENTA LOS DIFERENTES FORMATOS Y UNIDADES DE NEGOCIO, POLÍTICAS, MISIÓN, VISIÓN, METAS Y OBJETIVOS CORPORATIVOS TRAZADOS POR LA ORGANIZACIÓN.
DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN COHERENTE CON LOS RECURSOS FÍSICOS, ECONÓMICOS, TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS, Y HUMANOS EXISTENTES EN LA ORGANIZACIÓN, APLICANDO LAS ETAPAS, MÉTODOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DEFINIDOS PARA ESTA ACTIVIDAD.
PROPONER PLANES DE ACCIÓN QUE CUENTEN CON HERRAMIENTAS DE CONTROL DISEÑADAS PARA LA VERIFICACIÓN DE SU EFECTIVIDAD Y

Conocimiento del concepto:

- INFORMACIÓN:
* FUENTES: INTERNAS Y EXTERNAS,
* TIPOS: PRIMARIA Y SECUNDARIA, CUANTITATIVA Y CUALITATIVA.
- DIAGNÓSTICO:
* CONCEPTO
* TIPOS Y HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO:
- DOFA, METAPLAN, NTC 18000, ISO 9001 - 2000, MATRIZ DE ANSSOFF, MATRIZ BCG,CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.
- VARIABLES DE MERCADEO:
* CONCEPTO
* TIPO
- ENTORNO: EMPRESARIAL (NIVEL DE IMPLICACIÓN DE EXPANSIÓN A LOS MERCADOS INTERNACIONALES)ECONÓMICO
* POLÍTICO
* LEGAL
* CULTURAL
* GEOGRÁFICO
* INFRAESTRUCTURA DEL MERCADO
- MERCADO Y COMPETENCIA:
- ANÁLISIS, UNIDADES DE ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN DE SERIES HISTÓRICAS, RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES.
- INTERPRETACIÓN DE MANUALES DE LA ORGANIZACIÓN Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.
- BENCHMARKING: MODELOS JERÁRQUICOS DEL ANÁLISIS CLUSTER, MÉTODO K-MEANS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- CONTEXTO EMPRESARIAL: POLÍTICAS, MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.
- MERCADEO: FUNCIONES, ESTRUCTURA FUNCIONAL Y TIPOS DE VARIABLES, FORMATOS COMERCIALES.
- DIAGNÓSTICO: CONCEPTO, TIPOS, METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN, PARTES DE UN DIAGNÓSTICO, MATRICES Y HERRAMIENTAS.
- RAZONES, PROPORCIONES Y PORCENTAJES.
- BASES DE DATOS.
- REDES DE INFORMACIÓN DE MERCADEO.
- SOFTWARE APLICADO: PARA PROGRAMACIÓN DE ESTRATEGIAS, PRESENTACIÓN DE INFORMES: EXCEL, POWER POINT, SPSS, WORD Y CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES.
- PROYECCIÓN, REGRESIÓN Y CORRELACIÓN.
- INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO: CONCEPTO, TIPOS, DISEÑO, EFICIENCIA, EFECTIVIDAD Y EFICACIA.
- TIPOS DE INDICADORES: VARIACIÓN, PARTICIPACIÓN, RENTABILIDAD, EVOLUCIÓN Y CRECIMIENTO.
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: CONCEPTO, TIPOS DE PLANES Y ESTRATEGIAS, MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS.
- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
- PERFIL DE CLIENTES, COMPETIDORES, CONSUMIDORES Y USUARIOS.
- OFERTA Y DEMANDA.
- LA METODOLOGÍA DEL MARKETING MANAGEMENT SIMULATION "BRANDMAPS".
- ETAPAS DEL PLAN.
- PROGRAMACIÓN: RECURSOS, TIEMPOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS.
- PLANES DE CONTINGENCIA.

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE PLANEACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO, TALES COMO: MERCADEO, ECONOMISTAS, ADMINISTRADORES DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DIRECCIÓN COMERCIAL, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

-REALIZAR DIAGNÓSTICOS DE MERCADOS.
-ESTABLECER INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO SEGÚN METAS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
-FORMULAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO.
-DEFINIR PLANES DE ACCIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA EMPRESA.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197929
Nombre de la actividad: ANALIZAR LA INFORMACIÓN SITUACIONAL DEL CONTEXTO PRODUCTIVO,
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22812
Nombre del resultado: REALIZAR DIAGNÓSTICOS TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y ENTORNO DEL MERCADO EN LOS PROCESOS DE IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE DIAGNOSTICO, CON EL APOYO DE SOFTWARE SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS DE INDICADORES Y ESTÁNDARES DE GESTIÓN DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22813
Nombre del resultado: DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN PARA DIFERENTES TIPOS DE MERCADOS DE ACUERDO CON LA COBERTURA DE MERCADO, LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LAS DIFERENTES ÁREAS, TIPOS DE FORMATOS O UNIDADES DE NEGOCIO, APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA SU ELABORACIÓN, CON EL APOYO DE SOFTWARE A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y RECURSOS DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3375

Nombre de la competencia: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.

Criterio de evaluación: - ANALIZA DE MANERA CRÍTICA LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MERCADO OBJETIVO EN TÉRMINOS DEL ENTORNO ECONÓMICO, COMERCIAL, CULTURAL, LEGAL, POLÍTICO PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIOS, APLICANDO LA MATRIZ DOFA.

- IDENTIFICA HÁBILMENTE EL CONTEXTO EMPRESARIAL Y MERCADOLÓGICO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- RECONOCE ASERTIVAMENTE LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO.

- INVESTIGA CUIDADOSAMENTE EL ENTORNO A TRAVÉS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS.

- EXPRESA DE MANERA CREATIVA IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR MEDIO DE PALABRAS, ILUSTRACIONES, BOCETOS Y FIGURAS QUE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

CORRESPONDAN A LAS EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA Y LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO.

- APLICA DE MANERA ORDENADA LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE IDEAS.

- OBSERVA ANALÍTICAMENTE LA CAPACIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA EMPRESA DE FORMA COMPROMETIDA, DURANTE EL PROCESO DE SELECCIÓN DE IDEAS.

- INTERPRETA RESPONSABLEMENTE LAS NORMAS LEGALES RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- INTERPRETA DE MANERA CUIDADOSA EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- SELECCIONA OBJETIVAMENTE LAS IDEAS A PARTIR DE LAS NECESIDADES DEL MERCADO Y LOS OBJETIVOS Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

- APLICA CUIDADOSAMENTE LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN.

- IDENTIFICA CON CLARIDAD LAS POSIBILIDADES DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, FRENTE A LA CLASIFICACIÓN DE LOS MISMOS.

- EVALÚA CUIDADOSAMENTE LAS IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FRENTE A LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO.

- ANALIZA LA VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS NUEVAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

- UBICA DE MANERA OBJETIVA POSIBLES MERCADOS EN FERIAS Y EVENTOS INTERNACIONALES.

Conocimiento del proceso:

- ANALIZAR A TRAVÉS DE LA MATRIZ DOFA LOS POSIBLES ESCENARIOS, LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MERCADO OBJETIVO EN TÉRMINOS DEL ENTORNO COMERCIAL, CULTURAL, LEGAL, POLÍTICO PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIOS.
- IDENTIFICAR EL SURGIMIENTO DE LA FORMA COMO LAS PERSONAS EVOLUCIONAN FRENTE AL MEDIO Y AL ENTORNO EN LOS PROCESOS DE GENERACIÓN DE LAS IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- GENERAR IDEAS A PARTIR DE FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS DE LA EMPRESA, QUE RESPONDAN A GUSTOS, DESEOS, EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DEL MERCADO.
- GENERAR IDEAS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE LA EMPRESA.
- GENERAR IDEAS QUE RESPONDAN A UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN TIEMPO, ESPACIO Y RENTABILIDAD PARA LA EMPRESA.
- APLICAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS EXISTENTES EN LA GENERACIÓN DE IDEAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, COMPETENCIA, LAS OPORTUNIDADES Y RIESGOS DEL MERCADO, PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- INVESTIGAR LA NORMATIVIDAD LEGAL Y COMERCIAL VIGENTES, PARA LA

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

SELECCIÓN DE IDEAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
- IDENTIFICAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO ESTABLECIDAS POR LA EMPRESA SOBRE DESARROLLO DE PRODUCTO Y SERVICIOS, PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- EXPRESAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR MEDIO DE PALABRAS, ILUSTRACIONES, BOCETOS Y FIGURAS QUE RESPONDEN A LAS EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA Y A LOS CONCEPTOS REQUERIDOS POR EL MERCADO.
- EVALUAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, FRENTE A LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO.
- ANALIZAR LA VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS IDEAS PRODUCTOS Y SERVICIOS, EN TÉRMINOS DE GARANTÍA DE SEGURIDAD: FÍSICA, PSICOLÓGICA, SOCIAL Y ECOLÓGICA.
- APLICAR LAS TÉCNICAS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE IDEAS.
- ELABORAR EL PLAN DE NEGOCIOS O PLAN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS VARIABLES DE LA MEZCLA DE MERCADEO.
- DISEÑAR ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIONALES PARA LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SE VAN A COMERCIALIZAR.
- VISITAR LOS EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES BUSCANDO IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES COMERCIALES DE ACUERDO CON EL PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA.
- ANALIZAR A TRAVÉS DE LA MATRIZ DOFA O LOS POSIBLES ESCENARIOS, LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MERCADO OBJETIVO EN TÉRMINOS DEL ENTORNO COMERCIAL, CULTURAL, LEGAL, POLÍTICO PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIOS.
- IDENTIFICAR EL SURGIMIENTO DE LA FORMA COMO LAS PERSONAS EVOLUCIONAN FRENTE AL MEDIO Y AL ENTORNO EN LOS PROCESOS DE GENERACIÓN DE LAS IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- GENERAR IDEAS A PARTIR DE FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS DE LA EMPRESA, QUE RESPONDAN A GUSTOS, DESEOS, EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DEL MERCADO.
- GENERAR IDEAS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE LA EMPRESA.
- GENERAR IDEAS QUE RESPONDAN A UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN TIEMPO, ESPACIO Y RENTABILIDAD PARA LA EMPRESA.
- APLICAR LAS TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS EXISTENTES EN LA GENERACIÓN DE IDEAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, COMPETENCIA, LAS OPORTUNIDADES Y RIESGOS DEL MERCADO, PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- INVESTIGAR LA NORMATIVIDAD LEGAL Y COMERCIAL VIGENTES, PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
- IDENTIFICAR LAS ESTRATEGIAS DE MERCADEO ESTABLECIDAS POR LA EMPRESA SOBRE DESARROLLO DE PRODUCTO Y SERVICIOS, PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
- EXPRESAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS POR MEDIO DE PALABRAS, ILUSTRACIONES, BOCETOS Y FIGURAS QUE RESPONDEN A LAS EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA Y A LOS CONCEPTOS REQUERIDOS POR EL MERCADO.
- EVALUAR LAS IDEAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, FRENTE A LAS NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO.
- ANALIZAR LA VIABILIDAD DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS IDEAS PRODUCTOS Y SERVICIOS, EN TÉRMINOS DE GA

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

Conocimiento del concepto:

-ANÁLISIS DEL MERCADO: DOFA Y PROSPECTIVO.
-SECTORES Y SUBSECTORES ECONÓMICOS: CLASIFICARON CIIU.
-OBJETIVOS Y POLÍTICAS INSTITUCIONALES: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, OBJETIVOS OPERACIONALES, POLÍTICAS GENERALES Y POLÍTICAS DE MERCADEO.
-MERCADO POTENCIAL: PERFIL DEL CONSUMIDOR, SEGMENTO DE MERCADO.
-CAMBIOS EN LOS CONSUMIDORES: VARIABLES SOCIO ECONÓMICAS Y CULTURALES, GUSTOS, PREFERENCIAS, NECESIDADES, EXPECTATIVAS.
-PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEAS.
-PROCESO CREATIVO: CUESTIONAMIENTO, PREPARACIÓN, INCUBACIÓN, ILUMINACIÓN, VERIFICACIÓN, COMUNICACIÓN.
-DIFICULTAD EN LA GENERACIÓN DE IDEAS: EMOCIONAL, CONCEPTUAL, PERCEPTUAL.
-CÓMO VENCER LOS OBSTÁCULOS PARA GENERAR IDEAS.
-FUENTES DE INFORMACIÓN: INTERNAS Y EXTERNAS.
-MÉTODOS DE GENERACIÓN DE IDEAS: ANÁLISIS FUNCIONAL Y MATRICIAL, ESTUDIO GAP, ESTUDIO DE FORMA DE VIDA DEL CONSUMIDOR, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.
-CRITERIOS DE SELECCIÓN DE IDEAS: FACTIBILIDAD ECONÓMICA, TÉCNICA, DE PRODUCCIÓN Y MERCADEO.
-TIPOS DE OPORTUNIDADES DE MERCADOS: ACUERDOS INTERNACIONALES, REBAJAS ARANCELARIAS, APERTURA DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y ACUERDOS SUPRANACIONALES.
-VARIABLES CULTURALES DEL MERCADO: EL IDIOMA, LAS CREENCIAS, LOS VALORES, LOS PROCESOS MENTALES, EL SISTEMA DE APRENDIZAJE.
-TÉCNICAS DE DISEÑO.
-ORGANIZACIÓN PARA NUEVOS PRODUCTOS.
-TIPOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS: DE CONSUMO, DE NEGOCIOS E INSTITUCIONALES.
-ESTRATEGIAS DE PRODUCTO MERCADO: MERCADO ACTUAL, NUEVOS MERCADOS.
-CUANTIFICACIÓN DE LOS FACTORES DE ÉXITO.
-MODELOS DE ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DE MERCADO Y UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS:
-AMPLIACIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS Y PENETRACIÓN DEL MERCADO.
-MATRICES DE AMENAZA - OPORTUNIDAD, OPORTUNIDAD - AMENAZA.
-MODELO DE UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIOS.
-PLAN DE NEGOCIOS.
-FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y POLÍTICAS INSTITUCIONALES:
-NICHOS DE MERCADO.
-AUDITORIA DEL MERCADO.
-ENCUESTA DE PERCEPCIÓN.
-NECESIDADES DE LA EMPRESA.
-OFERTA DEL PRODUCTO.
-ESTRATEGIA DE PRECIO.
-ACTIVIDADES DE DISTRIBUCIÓN.
-MEZCLA DE PROMOCIONAL.
-MEZCLA TOTAL.
-EVENTOS FERIALES: NACIONALES: CALENDARIO DE FERIAS, CALENDARIO DE EXPOSICIONES Y CALENDARIO DE FIESTAS. INTERNACIONALES:

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE MERCADEO, TALES COMO:, INGENIERÍA INDUSTRIAL, INGENIERÍA COMERCIAL, ECONOMISTA O ADMINISTRADOR DE EMPRESAS CON ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO O DISEÑO INDUSTRIAL.

EXPERIENCIA LABORAL:

EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, DISEÑO INDUSTRIAL Y MERCADEO EN GENERAL, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- RECONOCER LA INTERRELACIÓN DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON LA DETERMINACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.
- DISEÑAR MODELOS DE SIMULACIÓN PARA LA GENERACIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS APLICANDO LAS TÉCNICAS RELACIONADAS CON ESTE TIPO DE ACTIVIDAD.
- ESTRUCTURAR SITUACIONES PROBLEMÁTICAS DE APRENDIZAJE PARA LA SELECCIÓN DE IDEAS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.
- ELABORAR PLANES DE NEGOCIOS O PLANES DE MERCADEO.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197929
Nombre de la actividad: ANALIZAR LA INFORMACIÓN SITUACIONAL DEL CONTEXTO PRODUCTIVO,
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22814
Nombre del resultado: DESCUBRIR TÉCNICAMENTE IDEAS PARA PRODUCTOS O SERVICIOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22815
Nombre del resultado: SELECCIONAR LA IDEA PARA LA INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22816
Nombre del resultado: EVALUAR LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DE LA IDEA SELECCIONADA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 22817
Nombre del resultado: INVESTIGAR OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS EN LOS MERCADOS ACTUALES Y POTENCIALES DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22818
Nombre del resultado: SELECCIONAR MERCADOS DE INTERÉS PARA LA ORGANIZACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22819
Nombre del resultado: ESTABLECER LA ESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN DE LA REGIÓN O PAÍS POTENCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3365

Nombre de la competencia: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

Criterio de evaluación: REALIZA LA SEGMENTACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL DE LA POBLACIÓN TENIENDO EN CUENTA SUS INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES FRENTE AL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR.
SELECCIONA LOS SEGMENTOS DE MERCADO APLICANDO LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE MUESTREO Y DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS DE CONFIABILIDAD ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.
SABE ESTABLECER LA JERARQUÍA DE ATRIBUTOS QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES, LA INTENCIÓN DE COMPRA, EL POTENCIAL ACTUAL Y FUTURO, LA COMPETENCIA QUE EXISTE EN EL MERCADO Y EL SISTEMA DE VALORES AL MOMENTO DE REALIZAR LA SEGMENTACIÓN
REALIZA LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS FORMULADOS EN EL PLAN DE MERCADEO Y BASADOS EN DATOS Y ESTADÍSTICAS FÁCILMENTE VERIFICABLES.
IDENTIFICA PREVIAMENTE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS SOBRE COMPORTAMIENTOS, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA PARA REALIZAR EL PROCESO DE SEGMENTACIÓN.
IDENTIFICA EL MARCO MUESTRAL Y LAS UNIDADES REPRESENTATIVAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO PARA REALIZAR LA SEGMENTACIÓN
REALIZA SEGMENTACIONES DEL MERCADO CONSIDERANDO EL NÚMERO DE HABITANTES, LA DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD, EL GÉNERO Y NIVEL DE INGRESOS, LA TASA DE CRECIMIENTO Y ÁREAS DE CONCENTRACIÓN.
DIVIDE LOS SEGMENTOS EN GRUPOS HOMOGÉNEOS Y EN GRUPOS DE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

FIN DE DEFINIR ESTRATEGIAS VÁLIDAS
SELECCIONA LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO DE SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN.
DETERMINA EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PARA SEGMENTAR EL MERCADO E IDENTIFICAR POTENCIALES COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
DEFINE LAS CANTIDADES DE OFERTA Y LA DEMANDA CON BASE EN LA TENDENCIA DE VENTAS, LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES ESPECIALES, LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA Y PESO DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.
EVALÚA EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA Y OFERTA Y SUS COEFICIENTES DE ELASTICIDAD CON BASE EN LA MOTIVACIÓN, CONDUCTAS Y VARIABLES QUE INCIDEN EN LA COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
ESTIMA LA DEMANDA Y LA OFERTA CON BASE EN CANTIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS DE LOS PRODUCTOS PARA UN LUGAR Y PERIODO DETERMINADO.
PROYECTA LAS CANTIDADES DE OFERTA Y LA DEMANDA TENIENDO EN CUENTA EL MERCADO POTENCIAL, LOS INVENTARIOS, LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA, EL CRECIMIENTO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR, LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES, EL PODER DE LA COMPETENCIA Y LOS VOLÚMENES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS
APLICA LAS TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL CÁLCULO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA APOYADOS CON LOS SOFTWARE EXISTENTES.
CONSIDERA LOS ELEMENTOS COMO EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, EL COSTO DE PRODUCCIÓN, EL INGRESO Y EGRESO DE LOS CONSUMIDORES, EL NÚMERO DE INTEGRANTES DE CADA SECTOR DE CONSUMIDORES EN LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y LA OFERTA.
AJUSTA LA OFERTA Y LA DEMANDA A PARTIR DE LA GESTIÓN DE PRECIOS, LAS OFERTAS, EL ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS Y LA COLOCACIÓN DE LOS MISMOS.
ESTIMA LA OFERTA EXPORTABLE EN CUANTO AL VOLUMEN SUSCEPTIBLE DE EXPORTACIÓN, CALIDADES, ESTACIONALIDADES, ENVASES, ETIQUETAS Y EN GENERAL, TODAS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.
DEFINE LOS CRITERIOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS CON BASE EN LAS POLÍTICAS DE PRECIOS DE LA EMPRESA Y EL SECTOR APLICANDO LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS Y TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO, EL CLIENTE Y EL MERCADO.
ANALIZA LOS FACTORES EXTERNOS E INTERNOS DE LA EMPRESA PARA DEFINIR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
CALCULA LOS PRECIOS A PARTIR DE LOS COSTOS, INGRESOS, PUNTO DE EQUILIBRIO, MÁRGENES DE RENTABILIDAD, ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO O SERVICIO Y LAS ESTRATEGIAS DE LA COMPETENCIA.
FIJA LOS PRECIOS APLICANDO LOS MÉTODOS, TÉCNICAS, TECNOLOGÍAS Y ESTRATEGIAS EXISTENTES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS.
ESTABLECE LOS RANGOS DE PRECIOS CON BASE EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, ACCESO AL CANAL, MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, SISTEMA DE PAGO, NIVEL DE COMPETENCIA, SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA. Y OBJETIVOS DE VENTAS.
ACTUALIZA LAS LISTAS DE PRECIOS DENTRO DE LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y LAS CONDICIONES DEL MERCADO, TENIENDO EN CUENTA LOS TIPOS DE CAMBIO, LAS RESTRICCIONES

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

SELECCIONA LA POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA, LA MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD Y LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.
FIJA PRECIOS DE ACUERDO CON EL TIPO DE MERCADO, CLIENTES, PRODUCTOS, PODER DE COMPRA, AMISTAD, Y OTROS FACTORES.
FORMULA LAS COTIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA Y DE LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA.

Conocimiento del proceso:

REALIZAR LA SEGMENTACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS, DEMOGRÁFICAS, CULTURALES, GEOGRÁFICAS, PSICOLÓGICOS Y SOCIOECONÓMICAS DE CADA ESTRATO SOCIAL DE LA POBLACIÓN TENIENDO EN CUENTA SUS INTERESES, PREFERENCIAS Y OPINIONES FRENTE AL PRODUCTO O SERVICIO A MERCADEAR.
SELECCIONAR LOS SEGMENTOS DE MERCADO APLICANDO LOS MÉTODOS Y TÉCNICAS DE MUESTREO Y DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS DE CONFIABILIDAD ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.
CONSIDERAR LA JERARQUÍA DE ATRIBUTOS QUE INFLUYEN EN LA PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES, LA INTENCIÓN DE COMPRA, EL POTENCIAL ACTUAL Y FUTURO, LA COMPETENCIA QUE EXISTE EN EL MERCADO Y EL SISTEMA DE VALORES AL MOMENTO DE REALIZAR LA SEGMENTACIÓN
REALIZAR LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS FORMULADOS EN EL PLAN DE MERCADEO Y BASADOS EN DATOS Y ESTADÍSTICAS FÁCILMENTE VERIFICABLES.
IDENTIFICAR PREVIAMENTE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS SOBRE COMPORTAMIENTOS, RELACIONES DE CAUSALIDAD, TAMAÑO DE MUESTRA PARA REALIZAR EL PROCESO DE SEGMENTACIÓN.
IDENTIFICAR EL MARCO MUESTRAL Y LAS UNIDADES REPRESENTATIVAS DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO PARA REALIZAR LA SEGMENTACIÓN
CONSIDERAR EL NÚMERO DE HABITANTES, LA DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD, EL GÉNERO Y NIVEL DE INGRESOS, LA TASA DE CRECIMIENTO Y ÁREAS DE CONCENTRACIÓN EN LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.
DIVIDIR LOS SEGMENTOS EN GRUPOS HOMOGÉNEOS Y EN GRUPOS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS QUE POSEAN LAS MISMAS EXPECTATIVAS CON EL FIN DE DEFINIR ESTRATEGIAS VÁLIDAS
SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DEPENDIENDO DE SI SE TRATA DE SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE CONSUMO O SEGMENTACIÓN DE CLIENTES DE INVERSIÓN.
DETERMINAR EL POTENCIAL DE EXPORTACIÓN, LAS DIMENSIONES Y CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PARA SEGMENTAR EL MERCADO E IDENTIFICAR POTENCIALES COMPRADORES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
DEFINIR LAS CANTIDADES DE OFERTA Y LA DEMANDA CON BASE EN LA TENDENCIA DE VENTAS, LOS EVENTOS Y ACTIVIDADES ESPECIALES, LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA Y PESO DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO.
EVALUAR EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA Y OFERTA Y SUS COEFICIENTES DE ELASTICIDAD CON BASE EN LA MOTIVACIÓN, CONDUCTAS Y VARIABLES QUE INCIDEN EN LA COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
ESTIMAR LA DEMANDA Y LA OFERTA CON BASE EN CANTIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS DE LOS PRODUCTOS PARA UN LUGAR Y PERIODO DETERMINADO.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA, EL CRECIMIENTO Y EVOLUCIÓN DEL SECTOR, LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES, EL PODER DE LA COMPETENCIA Y LOS VOLÚMENES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS
APLICAR LAS TÉCNICAS ESTADÍSTICAS PARA EL CÁLCULO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA APOYADOS CON LOS SOFTWARE EXISTENTES.
CONSIDERAR LOS ELEMENTOS COMO EL PRECIO DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, EL COSTO DE PRODUCCIÓN, EL INGRESO Y EGRESO DE LOS CONSUMIDORES, EL NÚMERO DE INTEGRANTES DE CADA SECTOR DE CONSUMIDORES EN LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y LA OFERTA
AJUSTAR LA OFERTA Y LA DEMANDA A PARTIR DE LA GESTIÓN DE PRECIOS, LAS OFERTAS, EL ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS Y LA COLOCACIÓN DE LOS MISMOS.
ESTIMAR LA OFERTA EXPORTABLE EN CUANTO AL VOLUMEN SUSCEPTIBLE DE EXPORTACIÓN, CALIDADES, ESTACIONALIDADES, ENVASES, ETIQUETAS Y EN GENERAL, TODAS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.
DEFINIR LOS CRITERIOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS CON BASE EN LAS POLÍTICAS DE PRECIOS DE LA EMPRESA Y EL SECTOR APLICANDO LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS Y TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO, EL CLIENTE Y EL MERCADO.
ANALIZAR LOS FACTORES EXTERNOS E INTERNOS DE LA EMPRESA PARA DEFINIR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
CALCULAR LOS PRECIOS A PARTIR DE LOS COSTOS, INGRESOS, PUNTO DE EQUILIBRIO, MÁRGENES DE RENTABILIDAD, ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO O SERVICIO Y LAS ESTRATEGIAS DE LA COMPETENCIA.
FIJAR LOS PRECIOS APLICANDO LOS MÉTODOS, TÉCNICAS, TECNOLOGÍAS Y ESTRATEGIAS EXISTENTES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS.
ESTABLECER LOS RANGOS DE PRECIOS CON BASE EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, ACCESO AL CANAL, MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN, SISTEMA DE PAGO, NIVEL DE COMPETENCIA, SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA. Y OBJETIVOS DE VENTAS.
ACTUALIZAR LAS LISTAS DE PRECIOS DENTRO DE LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y LAS CONDICIONES DEL MERCADO, TENIENDO EN CUENTA LOS TIPOS DE CAMBIO, LAS RESTRICCIONES LEGALES Y ADUANERAS, EL ANTIDUMPING, LA ANTISUBVENCIÓN Y EL TRANSPORTE
SELECCIONAR LA POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA, LA MAXIMIZACIÓN DE LA UTILIDAD Y LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.
FIJAR LOS PRECIOS DE ACUERDO CON EL TIPO DE MERCADO, CLIENTES, PRODUCTOS, PODER DE COMPRA, AMISTAD, Y OTROS FACTORES.
FORMULAR LAS COTIZACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES EN FUNCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA Y DE LAS CONDICIONES DEL

Conocimiento del concepto:

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
PROCESO DE SEGMENTACIÓN
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN
MAPAS PRECEPTÚALES
PROCESOS DE SEGMENTACIÓN: MICROSEGMENTACIÓN, MACROSEGMENTACIÓN
SEGMENTACIÓN TRANSNACIONAL
SEGMENTOS DIVERSOS ENTRE PAÍSES
SEGMENTACIÓN INTERNACIONAL: GRUPOS DE PAÍSES HOMOGÉNEOS, SEGMENTOS UNIVERSALES,
ENTORNO CULTURAL, DEMOGRÁFICO Y SOCIAL DEL SEGMENTO OBJETIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

LAS ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS : ESTRATEGIAS DE CONCENTRACIÓN, ESTRATEGIAS MULTISEGMENTOS
TIPOS Y MÉTODOS DE MUESTREO
TIPOS DE SEGMENTOS: COMPETIDORES, GANADORES, PRESIONADOS, ADOPTADOS Y TRADICIONALES.
TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN
TIPOS Y MÉTODOS DE MUESTREO. ERROR DE MUESTREO. POBLACIÓN Y MUESTRA. DISEÑO LA MUESTRA: SISTEMÁTICA, ESTRATIFICADA
O ESTIMACIÓN DE MEDIA Y TABLA DE NÚMEROS ALEATORIOS
O ESTIMACIÓN DE MEDIA Y TOTAL
O SOFTWARE APLICADO
O POLÍTICAS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADOS
O CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN CLIENTES DE CONSUMO:
PSICOGRÁFICOS, GEOGRÁFICOS, DEMOGRÁFICOS, ESTILO DE VIDA, COMPORTAMIENTO DE USO
COMPORTAMIENTO DE COMPRA
NICHOS DE MERCADO, PERFILES DEL CLIENTE
ASPECTOS A IDENTIFICAR EN LA COMPETENCIA:
PRODUCTOS, PRECIOS, SISTEMAS DE VENTA, SISTEMAS DE PAGO, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN,
UBICACIÓN, ORGANIZACIÓN.
FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA
TÉCNICAS ESTABLECIDAS PARA MEDIR PATRONES DE COMPORTAMIENTO DE COMPRA
BASES DE DATOS, PLANIMETRÍA
SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA SIG
INGLES TÉCNICO DE CARACTERÍSTICAS DE POBLACIÓN
ANÁLISIS CLÚSTER
CONCEPTO DE OFERTA Y DEMANDA
ESTRUCTURA, ESTIMACIÓN Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA
ELASTICIDAD DE OFERTA Y DEMANDA
FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE AFECTAN LA OFERTA Y LA DEMANDA
FACTORES DETERMINANTES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA
MÉTODOS DE PREVISIÓN DE LA DEMANDA
REGRESIÓN Y CORRELACIÓN
TIPOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
ANÁLISIS, ESTRUCTURA Y TIPIFICACIÓN DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA
TÉCNICAS DE PROYECCIÓN DEL MERCADO, TIPOS DE MERCADOS
SOFTWARE APLICADO
INTERPRETACIÓN DE ÍNDICES
PRONÓSTICOS DE VENTAS
COSTOS Y PRECIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
MOTIVOS DE COMPRA
OFERTA EXPORTABLE, BENCHMARKING
NATURALEZA, CONCEPTO Y TIPOS DE PRECIOS
POLÍTICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS:
DESNATAR EL MERCADO, PENETRACIÓN, LIDERATO
DETERMINANTES DE LA SENSIBILIDAD DE PRECIOS, FUNCIÓN Y COMPONENTES DEL PRECIO
TIPOS DE PRECIOS: PENETRACIÓN, SICOLÓGICOS, SIMBÓLICOS, IMPARES, POR LÍNEAS, PROFESIONALES, ÉTICOS, PROMOCIÓNALES
FACTORES QUE INCIDEN EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS: NEGOCIACIÓN DE PRECIOS, DESCUENTOS, GEOGRÁFICOS
FACTORES ECONÓMICOS, SOCIALES, POLÍTICOS, TECNOLÓGICOS QUE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

MÁRGENES DE CONTRIBUCIÓN
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS: COSTO MAS UN PLUS, MARGEN FLEXIBLE , PRECIOS IMITATIVOS O SEGÚN LA COMPETENCIA, PRECIOS EXPERIMENTALES, PRECIOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE DESCUENTOS Y BONIFICACIONES
ANTIDUMPING Y ANTISUBVENCIÓN
BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS
SISTEMAS DE POLÍTICAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS: SUPERVIVENCIA, UTILIDAD, RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN, PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO, FLUJO DE CAJA, STATUS QUO.
CONVERTIBILIDAD DE MONEDAS Y TIPOS DE CAMBIO
ESTRATEGIA DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA
CLÁUSULAS DE COMPRA Y VENTA INCOTERMS :
PRECIO DE EXPORTACIÓN EX-FÁBRICA, FAS, FOB, CFR, CIF
ESTRUCTURA DE COSTOS DENTRO DEL PRECIO
MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE ASIGNACIÓN Y ESTIMACIÓN DE COSTOS
PUNTO DE EQUILIBRIO Y ANÁLISIS MARGINAL
SOFTWARE PARA FIJACIÓN DE PRECIOS
TIPOS DE MERCADOS
DESCUENTOS Y DEVOLUCIONES
CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
ETAPAS DEL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO O SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA POLÍTICA DE PRECIOS
CANALES DE DISTRIBUCIÓN
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS
OBJETIVOS EN LAS ESTRATEGIAS DE PRECIOS, BENEFICIO, VOLUMEN, COMPETENCIA
TIPOS DE ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS: PRECIO MUNDIAL ESTÁNDAR, DOBLE FIJACIÓN DE PRECIOS: MÉTODO COSTO-PLUS, MÉTODO DEL COSTO MARGINAL Y FIJACIÓN DE PRECIO DIFERENCIADO POR

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

- MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON MERCADEO Y LA COMUNICACIÓN TALES COMO: ECONOMISTAS, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, MERCADOTÉCNISTAS, PROFESIONAL DE MERCADEO, INGENIERO COMERCIAL.

EXPERIENCIA LABORAL:

- CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON MANEJO DEL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES PROFESIONAL Y SEIS (6) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

COMPETENCIAS:

- DESARROLLAR PROCESOS EN COMUNICACIÓN COMERCIAL.
- NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197929
Nombre de la actividad: ANALIZAR LA INFORMACIÓN SITUACIONAL DEL CONTEXTO PRODUCTIVO,
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22824
Nombre del resultado: DETERMINAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS REPORTES DE PRECIOS, EN LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO, SEGÚN TIPOS DE MERCADOS Y DE PRODUCTOS, MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS DE FIJACIÓN
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22825
Nombre del resultado: DETERMINAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO Y LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PRONÓSTICO, PARA IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE MERCADO Y CAPACIDAD DE VENTAS DE LA EMPRESA SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22826
Nombre del resultado: IDENTIFICAR SEGMENTOS DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA SU DIMENSIÓN Y COBERTURA, EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON TIPOS DE PRODUCTO Y POBLACIÓN ESTABLECIDOS EN EL
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 1

Nombre de la competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

Criterio de evaluación: Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.
Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.
Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.
Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.
Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.
Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva según los requerimientos de los contextos sociales y productivos.
Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.
Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.
Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional.
Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas.
Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.
Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según la naturaleza del problema.
Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales.
Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.
Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.
Aplica los test de condición física según técnicas de medición.
Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico de acuerdo con los métodos de entrenamiento físico.
Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico
Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional.
Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo teniendo en cuenta su proyecto de vida.
Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo teniendo en cuenta las competencias ciudadanas.
Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

Conocimiento del proceso:

Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad.
Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas.
Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas
Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas
Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal
Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo.
Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral y sustentable.
Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa.
Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo
Resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
Establecer acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas.
Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento
Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.
Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas
Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración.
Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos.
Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos.
Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos.
Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test.
Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test.
Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento.
Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral
Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico y psicosocial.
Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo con las políticas de bienestar.
Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia del entorno laboral.
Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.

Conocimiento del concepto:

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura: Concepto, relaciones
- Conceptos de:
- Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad
- Pensamiento creativo
- Inteligencias múltiples
- Formulación y Resolución de problemas
- Procesos de Interpretación, Argumentación y Proposición.
- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones
- Asertividad
- Lógica
- Coherencia

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo
- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Comunicación: Concepto, proceso, componentes y funciones
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinésica
- Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralinguística
- Convivencia
- Empatía
- Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías
- Conocimiento Científico
- Recurso renovables y no renovables
- Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible
- Normatividad Ambiental
- Utilización de Tecnologías más Limpias
- Problemáticas Urbanas
- Desarrollo a Escala Humana

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

Conceptos de público y privado
Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
Técnicas de valoración: definición, tipos, características , selección, aplicación, formulas, baremos, índices
Test: Definición, clases, características, aplicaciones.
· Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.

Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
Series: Definición, Aplicación, Clases
Repetición: Definición y aplicación
Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.
Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación. Manejo.
Ergonomía: Definición, Función, Clasificación, Limitantes, Beneficios, Estándares.
Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
Actividad física: definición ,características, componentes, ventajas
Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos, beneficios, desarrollo.
Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
Integrar: definición, métodos, beneficios, características.
Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos.
Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

Perfil del instructor:

Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

· Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.

Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.

· Profesional educación física, recreación y deportes.

· Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Experiencia Laboral:

Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197929
Nombre de la actividad: ANALIZAR LA INFORMACIÓN SITUACIONAL DEL CONTEXTO PRODUCTIVO,
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38731
Nombre del resultado: ASUMIR RESPONSABLEMENTE LOS CRITERIOS DE PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y DE DESARROLLO SOSTENIBLE, EN EL EJERCICIO DE SU DESEMPEÑO LABORAL Y SOCIAL.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38732
Nombre del resultado: GENERAR PROCESOS AUTÓNOMOS Y DE TRABAJO COLABORATIVO PERMANENTES, FORTALECIENDO EL EQUILIBRIO DE LOS COMPONENTES RACIONALES Y EMOCIONALES ORIENTADOS HACIA EL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38733
Nombre del resultado: RECONOCER EL ROL DE LOS PARTICIPANTES EN EL PROCESO FORMATIVO, EL PAPEL DE LOS AMBIENTES DE APRENDIZAJE Y LA METODOLOGÍA DE FORMACIÓN, DE ACUERDO CON LA DINÁMICA ORGANIZACIONAL DEL SENA
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38734
Nombre del resultado: GESTIONAR LA INFORMACIÓN DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN DISPONIBLES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38737
Nombre del resultado: ASUMIR LOS DEBERES Y DERECHOS CON BASE EN LAS LEYES Y LA NORMATIVA INSTITUCIONAL EN EL MARCO DE SU PROYECTO DE VIDA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38739
Nombre del resultado: INTERACTUAR EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES EN FUNCIÓN DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES UNIVERSALES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38741
Nombre del resultado: IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES QUE EL SENA OFRECE EN EL MARCO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE ACUERDO CON EL CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38743
Nombre del resultado: CONCERTAR ALTERNATIVAS Y ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

38743
DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA FORMACIÓN, CON BASE EN LA POLÍTICA INSTITUCIONAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38744
Nombre del resultado: REDIMENSIONAR PERMANENTEMENTE SU PROYECTO DE VIDA DE ACUERDO CON LAS CIRCUNSTANCIAS DEL CONTEXTO Y CON VISIÓN PROSPECTIVA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3389

Nombre de la competencia: ESTRUCTURAR LA FUERZA DE VENTAS CON BASE EN LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

Criterio de evaluación:

- DETERMINA LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS VENDEDORES DURANTE LAS FASES DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN, APLICANDO TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN A PARTIR DE PARÁMETROS ESTABLECIDOS Y NECESIDADES Y RECURSOS DE LA EMPRESA.

- ELABORA LOS PERFILES Y PROFESIOGRAMAS DE LA FUERZA DE VENTAS APLICANDO SISTEMAS DE ANÁLISIS DE COMPETENCIAS RELACIONADAS CON LAS APTITUDES, ACTITUDES Y VALORES REQUERIDOS EN LOS MIEMBROS DE LA FUERZA DE VENTAS, PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE VENTAS.

- DISEÑA PRUEBAS DE SELECCIÓN DE ASPIRANTES APLICANDO TÉCNICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS A PARTIR DE LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS EN LA FUERZA DE VENTAS Y PERFIL ESTABLECIDO EN LA EMPRESA.

- DETERMINA LA COMPOSICIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PRUEBAS DE SELECCIÓN QUE PERMITAN IDENTIFICAR LOS ASPIRANTES IDÓNEOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS Y POLÍTICAS DE SELECCIÓN DE LA EMPRESA.

- ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS GENERALES DEL PROGRAMA DE EVALUACIÓN A PARTIR DE LOS REQUERIMIENTOS Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES Y DE NORMATIVIDAD LABORAL COLOMBIANA.

- ELABORA INDICADORES PARA LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO DE VENDEDORES UTILIZANDO TÉCNICAS DE DISEÑO DE ESTÁNDARES E INDICADORES QUE PERMITAN MEDIR EL NIVEL DE EFICIENCIA Y EFICACIA DE LA FUERZA DE VENTAS, DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS.

- EVALÚA LOS RESULTADOS DEL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- PRESENTA INFORMES SOBRE EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN Y TENIENDO EN CUENTA LOS LINEAMIENTOS TÉCNICOS PARA LA PRESENTACIÓN DE UN INFORME.

- FORMULA ESTRATEGIAS DE INCENTIVOS Y MEJORAMIENTO DEL CLIMA ORGANIZACIÓN PARA LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA Y NECESIDADES Y REQUERIMIENTO DE LA FUERZA DE VENTA.

- ESTRUCTURA EL PROGRAMA DE COMPENSACIÓN E INCENTIVOS PARA LOS VENDEDORES APLICANDO TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN A PARTIR DE LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS Y RECURSOS ASIGNADOS POR LA EMPRESA PARA TAL FIN.

Conocimiento del proceso:

- CONSULTAR EL CONTEXTO DE LAS VARIABLES DE LA GESTIÓN DE VENTAS QUE PERMITA DEFINIR LOS PARÁMETROS DE SELECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

- ESTABLECER EL PERFIL DE LOS CANDIDATOS Y LAS FUNCIONES DEL CARGO CON BASE EN LAS HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS EXIGIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

- APLICAR LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS EN LA LEGISLACIÓN LABORAL VIGENTE Y EN LOS DEFINIDOS POR LA ORGANIZACIÓN EN LA BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE NUEVO PERSONAL DE VENTAS.

- PREPARAR LAS TÉCNICAS DE ENTREVISTA U OTRAS PRUEBAS CONFIABLES DE SELECCIÓN DEL PERSONAL.

- REALIZAR LA ENTREVISTA PERSONAL, PRUEBAS Y VERIFICAR REFERENCIAS Y DEMÁS REQUISITOS DE LOS CANDIDATOS PREVIA LA SELECCIÓN DEFINITIVA.

- SELECCIONAR LOS CANDIDATOS POTENCIALES DE ACUERDO CON EL PERFIL Y COMPETENCIAS REQUERIDAS.

- DISEÑAR EL PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE VENDEDORES A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA Y DE LA ORGANIZACIÓN DE VENTAS, SU UBICACIÓN, OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS.

- DETERMINAR LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO A PARTIR DE LOS INGRESOS POR VENTA, ACTIVIDADES DE COBROS, APTITUDES Y HABILIDADES DE LOS VENDEDORES Y MANEJO DE LA CARTERA DE CLIENTES.

- DESCRIBIR EN EL PROGRAMA DE EVALUACIÓN, LOS PROCEDIMIENTOS DE ENTRENAMIENTO, SUPERVISIÓN, RECLUTAMIENTO, ASIGNACIÓN DE TERRITORIOS, OPERACIÓN Y COMPENSACIÓN.

- EVALUAR LO RESULTADOS DE LA EFICACIA Y EFICIENCIA DE LA FUERZA DE VENTAS PARA IDENTIFICAR LOS ASPECTOS A MEJORAR, LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO, ASCENSOS, AUMENTO DE SALARIOS O ASIGNACIÓN DE NUEVOS TERRITORIOS Y RESPONSABILIDADES, APLICANDO LAS TÉCNICAS Y TECNOLOGÍAS EXISTENTES PARA TAL FIN.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

ACUERDO CON EL PLAN, LA NECESIDAD Y TAMAÑO DE LA EMPRESA Y EL TIEMPO NECESARIO PARA LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES CORRECTIVAS.

- DEFINIR EL NIVEL Y COMPONENTES DE LA COMPENSACIÓN DE LOS VENDEDORES EN RELACIÓN CON EL PRECIO CORRIENTE DE MERCADO PARA EL TIPO DE TRABAJO DE VENTAS Y CAPACIDADES REQUERIDAS.

- FIJAR EL PROGRAMA DE INCENTIVOS DE ACUERDO CON LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA Y DEL EQUIPO DE VENTAS A PARTIR DE FACTORES RELACIONADOS CON LA NATURALEZA DEL TRABAJO Y DE LAS PERSONAS, QUE INCREMENTEN LA PRODUCTIVIDAD Y LAS VENTAS.

- DISEÑAR EL PROGRAMA DE INCENTIVOS A PARTIR DE LOS SISTEMAS ACTUALES DE LAS EMPRESAS Y DE LA COMPRENSIÓN DE LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA DEFINICIÓN DE UN SISTEMA DE RETRIBUCIÓN E INCENTIVOS CON PROYECCIÓN DE CARRERA PARA LOS VENDEDORES.

Conocimiento del concepto:

- RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE VENDEDORES.
- POLÍTICA Y MÉTODOS DE SELECCIÓN DE VENDEDORES.
- LEGISLACIÓN LABORAL EN LA SELECCIÓN.
- DETERMINACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN.
- DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL CARGO.
- EL ROL DEL VENDEDOR: SOCIAL, PROFESIONAL Y PSICOLÓGICO.
- LA FORMACIÓN DEL VENDEDOR.
- CARACTERÍSTICAS DE UN VENDEDOR: VARIABLES PSICOLÓGICAS, VARIABLES TÉCNICAS Y RASGOS DE PERSONALIDAD.
- ETAPAS DEL PROCESO DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO DE VENDEDORES.
- PLANEACIÓN Y COORDINACIÓN DEL RECLUTAMIENTO.
- PRUEBAS Y TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.
- ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS.
- FUNCIONES DEL PERSONAL DE VENTAS.
- PROCEDIMIENTOS DE VENTAS.
- PROGRAMAS DE EVALUACIÓN:
- CONCEPTO.
- ELEMENTOS.
- PROCEDIMIENTOS.
- APLICACIÓN.
- EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA:
- CONCEPTO.
- PARÁMETROS DE EVALUACIÓN.
- MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS:
- TÉCNICAS PARA LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.
- DISEÑO Y TIPOS DE ESTÁNDARES DE EVALUACIÓN DE VENDEDORES.
- TIPOS DE REVISIONES DEL DESEMPEÑO.
- INFORMES DESCRIPTIVOS.
- SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS:
- ESCALAS DE CALIFICACIÓN GRAFICA.
- ESCALAS DE CALIFICACIÓN DE SEGMENTOS CONDUCTUALES.
- DESEMPEÑO GENERAL DE LA FUERZA DE VENTA.
- COMPORTAMIENTO, RENDIMIENTO Y EFICACIA DE VENTAS:
- CLASIFICACIÓN.
- ESCALAS DE DESEMPEÑO.
- ENSAYOS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- COMPUTADORAS.
- VIDEOGRABADORAS.
- VIDEODISCOS.
- MARCADORES AUTOMÁTICOS.
- CORREO ELECTRÓNICO.
- FAX.
- TELÉCONFERENCIAS.

FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA EVALUACIÓN:

- REGISTROS DE LA COMPAÑÍA.
- CLIENTES.
- INFORMES DEL VENDEDOR.
- VISITAS DE LOS GERENTES AL ÁREA DE TRABAJO.
- FUENTES EXTERNAS.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EVALUAR VENDEDORES:

- PROBLEMAS.
- COMPLEJIDAD DEL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN.

POLÍTICAS DE INCENTIVOS, COMPENSACIÓN Y FORMACIÓN:

- TIPOS DE POLÍTICAS.
- ESTABLECIMIENTO.
- APLICACIÓN.

MOTIVACIÓN, PRODUCTIVIDAD Y RECONOCIMIENTO:

- NIVELES DE MOTIVACIÓN.
- ACCIONES RELACIONADAS CON LA PRODUCTIVIDAD.
- RECONOCIMIENTO INDIVIDUAL.

FASES PROFESIONALES Y MOTIVACIÓN DEL VENDEDOR.

- FASE DE EXPLORACIÓN.
- FASE DE ESTABLECIMIENTO.
- FASE DE MANTENIMIENTO.
- FASE DE DESENGANCHE.

TÉCNICAS Y FACTORES DE MOTIVACIÓN:
HERRAMIENTAS MOTIVACIONALES:

- DEFINICIONES.
- CICLO MOTIVACIONAL.
- METAS Y MOTIVACIÓN.
- TIPOS DE METAS.
- EFICIENCIA, RETROALIMENTACIÓN Y ACEPTACIÓN DE LA META.

CLASES DE MOTIVACIÓN:

- MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA.
- MOTIVACIÓN INTRÍNSECA.
- MOTIVACIÓN INSTRUMENTAL.
- MOTIVACIÓN INTEGRATIVA.

TEORÍAS DE LA MOTIVACIÓN:

- DESCRIPCIÓN.
- DIMENSIONES.
- CARACTERÍSTICAS.
- TEORÍA DE LAS NECESIDADES.

TEORÍA DE HERTZBERG

- FACTORES DE COMPORTAMIENTO EN LA MOTIVACIÓN:
- DISEÑO DEL PLAN DE INCENTIVOS:
- OBJETIVOS DEL PLAN DE COMPENSACIÓN.
- ASPECTOS CRÍTICOS EN UNA ESTRATEGIA DE COMPENSACIÓN.
- ESTRUCTURA Y PROPÓSITOS DEL PLAN DE COMPENSACIÓN.
- COMPONENTES DEL PLAN DE COMPENSACIÓN.
- TIPOS DE PLANES DE COMPENSACIÓN.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:
- TIPOS DE COMPENSACIÓN E INCENTIVOS
- TANGIBLES.
- INTANGIBLES.
- VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS DIVERSOS MÉTODOS DE

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

- MÍNIMO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE ESTRUCTURACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS, TALES COMO MERCADEO Y VENTAS, ADMINISTRADORES DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

- CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA ESTRUCTURACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- DIRIGIR ACTIVIDADES COMERCIALES SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.
- SELECCIONAR FUERZA DE VENDEDORES CON BASE EN LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS.
- DISEÑAR PROGRAMAS DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE VENDEDORES.
- PROPONER PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197930
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22830
Nombre del resultado: DISEÑAR PROGRAMAS PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES CON EL APOYO DE SOFTWARE APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN QUE PERMITAN OBTENER RESULTADOS ÚTILES EN LA RETROALIMENTACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22831
Nombre del resultado: SELECCIONAR LA FUERZA DE VENDEDORES REQUERIDOS EN LA ACCIÓN DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y CRITERIOS DE SELECCIÓN APOYADOS EN HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN DE PERSONAL PARA GARANTIZAR LA FUERZA DE VENTAS ACORDE CON LA DEMANDA DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 22832
Nombre del resultado: ESTRUCTURAR PROGRAMAS DE INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS CON LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE PROGRAMACIÓN EN EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PROPICIEN LA PRODUCTIVIDAD Y EFECTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 2855

Nombre de la competencia: CONTABILIZAR LOS RECURSOS DE OPERACIÓN, INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS NORMAS Y POLÍTICAS

Criterio de evaluación:

- DEFINE Y CONCEPTUALIZA ACERCA DE EMPRESA, COMERCIANTES, RELACIÓN EMPRESA- PROCESO CONTABLE.
- IDENTIFICA EN SU ENTORNO UNA EMPRESA DE CADA UNO DE LOS SECTORES ECONÓMICOS Y DESCRIBE LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA UNA DE ELLAS.
- ENUMERA Y DESCRIBE LOS PASOS A SEGUIR PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA.
- DEFINE Y DESCRIBE ACERCA DE LAS DEFERENTES SOCIEDADES COMERCIALES Y LA NORMATIVIDAD QUE LAS REGULA.
- IDENTIFICA EN SU ENTORNO LAS DIFERENTES CLASES DE SOCIEDADES MERCANTILES.
- EXPLICA LOS MECANISMOS E INSTANCIAS DE CONTROL DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES.
- DIFERENCIA Y DESCRIBE LAS CARACTERÍSTICAS COMERCIALES Y LEGALES DE LOS DIFERENTES DOCUMENTOS MANEJADOS EN UNA EMPRESA COMERCIAL.
- ELABORA EN FORMA PERTINENTE LOS DOCUMENTOS SOPORTE DEL PROCESO CONTABLE.
- PRECISA LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL LOS DIVERSOS TÍTULOS VALOR.
- APLICA NORMAS DE MANEJO Y CONSERVACIÓN DE ARCHIVOS.
- INTERPRETA Y APLICA LAS NORMAS Y PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.
- IDENTIFICA E INTERPRETA LOS ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS Y LOS ELEMENTOS QUE LO CONSTITUYEN.
- COMPRENDE LAS IMPLICACIONES DE LA ÉTICA EN LOS PROCESOS CONTABLES.
- IDENTIFICA LA ESTRUCTURA DEL P.U.C COMERCIAL.
- CLASIFICA LAS CUENTAS DE ACUERDO AL DECRETO 2650/93.
- DESCRIBE LOS PARÁMETROS DEL MANEJO DE CADA UNA DE LAS CUENTAS.
- EXPLICA LA ECUACIÓN CONTABLE Y ARGUMENTA ACERCA DE SU IMPORTANCIA Y APLICABILIDAD.
- ASIGNA DE MANERA PERTINENTE EL CÓDIGO CONTABLE A CADA CUENTA EN LAS DIVERSAS TRANSACCIONES.
- ELABORA E INTERPRETA EL BALANCE DE COMPROBACIÓN.
- UTILIZA LOS PAQUETES CONTABLES COMO HERRAMIENTA EN EL PROCESO CONTABLE.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación: COMPUTO DISPONIBLES.

Conocimiento del proceso:

- IDENTIFICAR LOS DEBERES Y OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES.
- DIFERENCIAR ENTRE ACTOS MERCANTILES Y NO MERCANTILES.
- DILIGENCIAR LOS TRAMITES DE INSCRIPCIÓN EN LA CÁMARA DE COMERCIO.
- IDENTIFICAR LOS LIBROS DE CONTABILIDAD QUE DEBEN SER REGISTRADOS POR LOS COMERCIANTES.
- CLASIFICAR LA EMPRESA DE ACUERDO A SU ACTIVIDAD ECONÓMICA.
- REALIZAR LOS TRÁMITES NECESARIOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE UNA EMPRESA.
- DIFERENCIAR LAS ORGANIZACIONES DE ACUERDO CON EL SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECEN, ACTIVIDAD QUE DESARROLLAN Y SU CONSTITUCIÓN.
- PRECISAR EL CONCEPTO DE SOCIEDAD COMERCIAL.
- DIFERENCIAR LOS CONCEPTOS DE TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, ESCISIÓN Y LIQUIDACIÓN DE UNA SOCIEDAD COMERCIAL.
- IDENTIFICAR LAS ENTIDADES DE CONTROL Y VIGILANCIA DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES.
- APLICAR NORMAS COMERCIALES, CONTABLES Y TRIBUTARIAS.
- CLASIFICAR GRUPOS DE DOCUMENTOS CONTABLES, NO CONTABLES Y DE SOPORTE.
- CONOCER Y APLICAR LAS NORMAS RELATIVAS A LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS COMERCIALES.
- ARCHIVAR Y CONSERVAR LOS DOCUMENTOS COMERCIALES, CONTABLES Y BURSÁTILES DE ACUERDO CON LA CON LA NORMATIVIDAD Y LEGISLACIÓN VIGENTE.
- COMPRENDER Y APLICAR LOS CONCEPTOS DE LA TEORÍA CONTABLE.
- ANALIZAR E INTERPRETAR LOS ESTADOS FINANCIEROS.
- RELACIONAR CONTABILIDAD Y ENTE ECONÓMICO.
- MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS EN LA DOCUMENTACIÓN DEL PROCESO CONTABLE, SEGÙN NORMAS Y PROCEDIMIENTOS INSTITUCIONALES.
- MANEJAR HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS EN LA DOCUMENTACIÓN DEL PROCESO CONTABLE.
- APLICAR LA NORMATIVIDAD CONTABLE GENERALMENTE ACEPTADA EN LO ATINENTE AL MANEJO DE CUENTAS.
- MANEJAR DE MANERA ACERTADA EL P.U.C COMERCIAL.
- APLICAR CORRECTAMENTE EL PRINCIPIO DE LA PARTIDA DOBLE.
- IDENTIFICAR Y DEFINIR LAS ETAPAS DEL PROCESO CONTABLE DE LA EMPRESA COMERCIAL.
- APLICAR DENTRO DEL PROCESO CONTABLE EL P.U.C DEL SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS.
- INTERPRETAR Y APLICAR LA NORMATIVIDAD TRIBUTARIA PROPIA DEL PROCESO CONTABLE DE UNA EMPRESA COMERCIAL.
- LIQUIDAR LOS IMPUESTOS DE LA EMPRESA EN CONCORDANCIA CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
- CONTABILIZAR LOS HECHOS ECONÓMICOS GENERADOS EN EL DESARROLLO DEL OBJETO SOCIAL DE LA EMPRESA COMERCIAL.
- DIFERENCIAR LOS LIBROS DE CONTABILIDAD Y LAS DIFERENTES CUENTAS.
- REALIZAR ASIENTOS CONTABLES DE MANERA CONSECUENTE CON LA NORMATIVIDAD ACTUAL.
- INVENTARIAR LA MERCANCÍA DISPONIBLE PARA LA VENTA.
- VERIFICAR LA VALIDEZ DE LA INFORMACIÓN REGISTRADA EN EL BALANCE Y EL P Y G.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

- ADMINISTRAR SERVICIOS MERCERIZADOS Y REGISTRARLOS EN LOS CENTROS DE COSTOS PERTINENTES.DIGITAR INFORMACIÓN CONTABLE.
- GENERAR REPORTES E INFORMES ACERCA DEL PROCESO CONTABLE Y TRIBUTARIO.

Conocimiento del concepto:

CÓDIGO DE COMERCIO.
- COMERCIANTES (CLASIFICACIÓN Y DEBERES).
- ACTOS MERCANTILES. REGISTRO MERCANTIL. CÁMARAS DE COMERCIO.
EMPRESA.
- CONCEPTO Y CLASIFICACIÓN.REQUISITOS LEGALES PARA SU CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO.
- RELACIÓN EMPRESA-PROCESO CONTABLE.
- NORMAS BÁSICAS COMERCIALES. NORMAS BÁSICAS TRIBUTARIAS.
- NORMAS BÁSICAS CONTABLES (DECRETO 2649 DE 1993).
- SOCIEDADES COMERCIALES (CÓDIGO DE COMERCIO) (CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, TRANSFORMACIÓN. ESCISIÓN, LIQUIDACIÓN, NORMATIVIDAD QUE LAS REGULA).
DOCUMENTOS COMERCIALES, NO COMERCIALES Y DE SOPORTE.
- CONCEPTOS. CLASIFICACIÓN, TIPOS, NORMAS DE ELABORACIÓN.
TÍTULOS VALOR.
- CONCEPTOS, CLASIFICACIÓN, TIPOS, NORMAS DE ELABORACIÓN.
- CARACTERÍSTICAS, PROPÓSITOS Y USOS.

NORMATIVIDAD Y TÉCNICAS PARA LA CONSERVACIÓN Y ALMACENAMIENTO DE DOCUMENTOS.
FUNDAMENTOS DE TEORÍA CONTABLE.
- PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.
- DECRETO 2649 DE 1993.
- NORMAS BÁSICAS DE CONTABILIDAD.
- CONCEPTOS DE ESTADOS FINANCIEROS Y SUS ELEMENTOS.
- NORMAS TÉCNICAS GENERALES EN EL MANEJO DE ACTIVOS, PASIVOS, PATRIMONIO Y CUENTAS DE RESULTADOS.
- NORMAS SOBRE REGISTRO Y LIBROS.
- RELACIÓN EMPRESA- ENTE ECONÓMICO.
- LEY 4390 CÓDIGO DE ÉTICA.
- CUENTAS (CONCEPTO, ESTRUCTURA, CLASIFICACIÓN, DINÁMICA EN SU MANEJO).
- ECUACIÓN CONTABLE.
- APLICACIÓN DE LA PARTIDA DOBLE. CONCEPTO DE CÓDIGO CONTABLE.
- APLICACIÓN DE CÓDIGO CONTABLE.
- PROCESO DE CODIFICACIÓN. CLASIFICACIÓN DE CUENTAS.
- PLAN DE CUENTAS DEL SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS. DECRETO 2650 DE 1993.
- NORMAS TRIBUTARIAS, IVA, RETENCIÓN, ICA.
- IVA (CONCEPTOS GENERALES, RESPONSABLES, REGÍMENES, HECHOS GENERADORES, CAUSACIÒN DEL IMPUESTO, BASE GRAVABLE, TARIFAS, MANEJO CONTABLE, DECLARACIÓN DE IVA).
- RETEFUENTE (CONCEPTO, ASPECTOS GENERALES, AGENTES DE RETENCIÓN, CONCEPTOS SUJETOS A RETENCIÓN, BASES, TARIFAS Y PROCEDIMIENTOS, RETENCIÓN DE IVA, AUTORETENEDORES, MANEJO CONTABLE, DECLARACIÓN).
- ICA (CONCEPTO, ASPECTOS GENERALES, REGÍMENES, ACTIVIDADES, TARIFAS Y PROCEDIMIENTOS, MANEJO CONTABLE, DECLARACIÓN).
- LIBROS DE CONTABILIDAD (CLASES, TIPOS, MANEJO).
- NORMAS BÁSICAS COMERCIALES, REGISTRO DE TRANSACCIONES,

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:
- MANEJO DE INVENTARIO DE MERCANCÍAS.
- COSTO DE VENTAS. PROCESO CONTABLE MANUAL Y SISTEMATIZADO.
- PAQUETES CONTABLES. CONCEPTOS DE TERCEROS Y CENTROS DE COSTOS.

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, CONTADOR PÚBLICO TITULADO, ADMINISTRADOR FINANCIERO, INGENIERO ECONÓMICO, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, ECONOMISTA O ADMINISTRADOR COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO COMERCIAL Y/O TRIBUTARIO.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE MIPYMES NO INFERIOR A 24 MESES.

COMPETENCIAS:

- DOMINIO EN COMPETENCIAS LABORALES Y COMPORTAMENTALES, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS EN LAS ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON ÁREAS CONTABLES Y FINANCIERAS DE LA EMPRESA.
- HABILIDAD PARA FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS PRODUCTIVOS Y FORMATIVOS.
- DOMINIO DE LENGUAJE PROFESIONAL ORAL Y ESCRITO.
- HABILIDAD EN EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197930
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22855
Nombre del resultado: INTERPRETAR LOS FUNDAMENTOS CONTABLES SEGÚN LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22856
Nombre del resultado: IDENTIFICAR LAS ENTIDADES, SEGÚN SU ORGANIZACIÓN, PRINCIPIOS CORPORATIVOS, ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y TIPO DE ACTIVIDAD.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22857
Nombre del resultado: DESARROLLAR PROCESOS CONTABLES EN FORMA MANUAL Y/O UTILIZANDO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

22857
MEDIOS MAGNÉTICOS (PAQUETES CONTABLES).
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22858
Nombre del resultado: CONTABILIZAR LAS DIFERENTES TRANSACCIONES GENERADAS EN EL DESARROLLO DEL OBJETO COMERCIAL DE UNA EMPRESA, APLICANDO CON HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA LAS NORMAS CONTABLES COMERCIALES Y TRIBUTARIAS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22859
Nombre del resultado: IDENTIFICAR Y DIFERENCIAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS DOCUMENTOS Y TÍTULOS VALORES, COMO SOPORTE Y HERRAMIENTA PROBATORIA DE LAS OPERACIONES COMERCIALES Y FINANCIERAS DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22860
Nombre del resultado: ELABORAR LOS DOCUMENTOS QUE SE GENERAN EN EL PROCESO CONTABLE, APLICANDO CON TRANSPARENCIA, NORMAS TRIBUTARIAS Y
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 2913

Nombre de la competencia: PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE ACUERDO CON EL NIVEL DE IMPORTANCIA Y RESPONSABILIDAD DE LAS FUNCIONES ASIGNADAS POR LA

Criterio de evaluación: - DIAGNOSTICA LA SITUACIÓN DE RENTABILIDAD. LIQUIDEZ Y RIESGO EN LA ORGANIZACIÓN.
- CALCULA LOS INDICADORES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA APLICANDO LA TECNOLOGÍA Y LOS PROCEDIMIENTOS QUE PERMITAN LA TOMA DE DECISIONES CON UNA MAYOR PROBABILIDAD DE ÉXITO.
- APLICA LOS DIRECCIONAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN A LOS PROCESOS DE SIMULACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES.
- ELABORA EL PLAN DE NEGOCIOS EN FUNCIÓN DE LAS VARIABLES DE MERCADO, PRODUCCIÓN. FINANZAS Y ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y DEL ENTORNO.
- IDENTIFICA LAS OPORTUNIDADES Y VARIABLES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTA LA ORGANIZACIÓN.
- INTERPRETA LOS ESTADOS FINANCIEROS Y EL FLUJO DE CAJA Y EFECTIVO, TENIENDO EN CUENTA LAS INVERSIONES TOTALES, EL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	COSTOS Y LOS GASTOS. - CALCULA EN FORMA ÉTICA LOS INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERA DE ACUERDO CON EL PROYECTO DE INVERSIÓN Y/O EL PLAN DE NEGOCIOS. - PRESENTA CON RESPONSABILIDAD LA EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO Y/O PLAN DE NEGOCIOS. - APLICA EN FORMA HONESTA LAS HERRAMIENTAS CONTABLES Y FINANCIERAS PARA LA EVALUACIÓN Y PROCESOS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA. - CONCEPTUALIZA CON RESPONSABILIDAD ACERCA DE LA EMPRESA, COMERCIANTES, RELACIÓN EMPRESA - PROCESO CONTABLE FINANCIERO. - UTILIZA EN FORMA ÉTICA Y RESPONSABLE EL SOFTWARE Y LOS EQUIPOS DE CÓMPUTO DISPONIBLES. - IDENTIFICA LAS VARIABLES CLAVES EN UN SISTEMA EMPRESARIAL OBJETO DE ESTUDIO, TENIENDO EN CUENTA EL ANÁLISIS ORGANIZACIONAL. - IDENTIFICA CON OBJETIVIDAD LAS NECESIDADES DEL CLIENTE EN PROCURA DE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA, PARA OPTIMIZAR LA PLANEACION DE OPERACIONES Y LA ADMINISTRACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. - PRESENTA EN FORMA ÉTICA LOS INFORMES DE LOS ANÁLISIS, SIMULACIONES Y PROYECCIONES, TENIENDO EN CUENTA LA DECISIÓN QUE SE TOMA A LA INSTANCIA PERTINENTE DE LA ORGANIZACIÓN. - IMPLEMENTA CON RESPONSABILIDAD LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS METODOLOGÍAS, RECURSOS Y LAS
Conocimiento del proceso:	INTERPRETAR E INTROYECTAR LAS POLÍTICAS Y CULTURA DE LA EMPRESA DE ACUERDO CON EL CARGO Y LAS FUNCIONES QUE CUMPLE LA ORGANIZACIÓN. ANALIZAR LOS EVENTOS EMPRESARIALES DE ACUERDO CON LOS FUNDAMENTOS PROBABILÍSTICOS Y TÉCNICOS Y SEGÚN LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y LAS POLÍTICAS CORPORATIVAS.. INTERPRETAR LA INFORMACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA ORGANIZACIÓN MEDIANTE EL USO DE INDICADORES DE RENTABILIDAD, LIQUIDEZ Y RIESGO. ANALIZAR EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA ORGANIZACIÓN EN FUNCIÓN DE SUS PLANTEAMIENTOS IDENTIFICAR LA SITUACIÓN PROBLEMA TENIENDO EN CUENTA LOS PROCESOS QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN A SITUACIONES PROBLEMICAS DE LA EMPRESA, UTILIZANDO MÉTODOS CUANTITATIVOS. DIFERENCIAR LAS ORGANIZACIONES DE ACUERDO CON EL SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECEN, ACTIVIDAD QUE DESARROLLAN Y SU CONSTITUCIÓN. IDENTIFICAR LAS VARIABLES QUE INTERVIENE EN EL DESEMPEÑO DEL SISTEMA EN ESTUDIO, DE ACUERDO CON EL PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS ESTRUCTURAL OBJETO DE ESTUDIO. INFERIR LAS POSIBILIDADES DE CAMBIO EN EL SISTEMA DE ESTUDIO, TENIENDO EN CUENTA EL ANÁLISIS DE RELACIONES ENTRE TENDENCIAS, VARIABLES Y ACTORES. CLASIFICAR LAS DECISIONES (CORTO O LARGO PLAZO) DE ACUERDO CON SU IMPACTO EN LA ORGANIZACIÓN. ANALIZAR LA SITUACIÓN O PROBLEMA TENIENDO EN CUENTA LA CAUSA, ESTADO ACTUAL Y POSIBLE SOLUCIÓN. DESARROLLAR PROCESOS DE INDAGACIÓN RETROSPECTIVA EN EL COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES DEL SISTEMA, CONOCIENDO SU

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

APLICAR PROCESOS DE SIMULACIÓN PARA EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO.
CONOCER LOS MODELOS DE APLICACIÓN DE INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES PARA LA PLANEACION AGREGADA.
ESTABLECER LAS RELACIONES DE CONVERGENCIA Y DIVERGENCIA ENTRE LOS ACTORES DE ACUERDO CON LOS INTERESES Y OBJETIVOS EN JUEGO.
INTERPRETAR LOS EVENTOS EMPRESARIALES DE ACUERDO CON LOS FUNDAMENTOS PROBABILÍSTICOS PARA LA TOMA DE DECISIONES.
ANALIZAR LA INFORMACIÓN UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA DISPONIBLE EN LA ORGANIZACIÓN
UTILIZAR EL SOFTWARE Y HARDWARE EN EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES.
EVALUAR LA INCIDENCIA QUE GENERA LA SITUACIÓN PROBLEMA FRENTE A LAS VARIABLES ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS, AMBIENTALES, SOCIALES Y DE MERCADO.
PONDERAR LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL RELACIONADOS CON LA TOMA DE DECISIONES, TENIENDO EN CUENTA LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA ESTADÍSTICA PROBABILÍSTICA Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
CALCULAR LOAS INDICADORES QUE SE DERIVAN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON BASE EN LA CONTABILIDAD Y LAS FINANZAS Y SEGÚN LA METODOLOGÍA PERTINENTE.
INTERPRETAR LA INFORMACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, TENIENDO EN CUENTA LA METODOLOGÍA ESTADÍSTICA Y LA INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES.
PLANTEAR ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN FRENTE A LA SITUACIÓN PROBLEMA, QUE SEA ALCANZABLE Y PERTINENTE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS QUE SE PERSIGAN Y LOS RECURSOS DISPONIBLES.
FORMULAR ESCENARIOS PROSPECTIVOS TENIENDO EN CUENTA DIFERENTES GRADOS Y NIVELES DE COMPORTAMIENTO ESPERADO.
TOMAR LAS DECISIONES DE ACUERDO A LOS ESCENARIOS POSIBLES, AMBIENTE COMPETITIVO, MEDIANTE MODELOS DE SIMULACIÓN QUE IMITAN LA REALIDAD COLOMBIANA, MINIMIZANDO EL RIESGO Y MAXIMIZANDO BENEFICIOS.
EVALUAR LAS ALTERNATIVAS PROPUESTAS CON RELACIÓN A LOS CRITERIOS DE DECISIÓN, LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS.
PROPONER ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN QUE SATISFAGAN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, TENIENDO EN CUENTA LOS CRITERIOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS.
PROYECTAR LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA, DE ACUERDO CON EL ESTUDIO DE MERCADOS Y LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÒN DE LA EMPRESA.
ELABORAR Y PRESENTAR INFORMES DE ACUERDO CON LAS NORMAS TÉCNICAS Y UTILIZANDO EL SOFTWARE DISPONIBLE.
APLICAR LA NORMA NTC 3588 EN LA ELABORACIÓN DEL INFORME.
IDENTIFICAR LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO, DE ACUERDO CON EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y EL PLAN DE DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN.
REALIZAR LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO MEDIANTE SOFTWARE ESPECIALIZADO (APLICATIVO).
SELECCIONAR, EVALUAR .Y CONTROLAR LA TERCERIZACION DE LAS OPERACIONES NO ESTRATÉGICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
APLICAR PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS PARA LE CÁLCULO DE LOS INDICADORES FINANCIEROS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso: TOMAR LAS MEDIDAS PREVENTIVAS DE ACUERDO CON EL PLAN DE ACCIÓN.
IMPLEMENTAR LAS MEDIDAS CORRECTIVAS SEGÚN EL NIVEL DE RESPONSABILIDAD Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN.
COMUNICAR NO CONFORMIDADES IDENTIFICADAS EN EL SEGUIMIENTO DE LAS DECISIONES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Conocimiento del concepto:
- CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN Y EMPRESA.
- TRABAJO EN EQUIPO.
- LIDERAZGO.
- PROCESO ADMINISTRATIVO
* FUNCIONES ADMINISTRATIVAS
* TEORÍA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL Y TRANSORGANIZACIONAL.
- TEORÍA ADMINISTRATIVA, MATEMÁTICA Y DE SISTEMAS.
- LA TOMA DE DECISIONES.
- CONCEPTOS BÁSICOS DE SIMULACIÓN.
- CONSTRUCCIÓN DE UN JUEGO DE ADMINISTRACIÓN.
- CARACTERÍSTICAS ESTRUCTURALES.
- DE LOS JUEGOS DE SIMULACIÓN GERENCIALES.
- TEORÍA BÁSICA DEL PROCESO DE ANÁLISIS JERÁRQUICO EN LA TOMA DE DECISIONES.
- ANÁLISIS FINANCIERO EN LAS ORGANIZACIONES.
- ESTADOS FINANCIEROS OBJETO DE ANÁLISIS.
- ESTRATEGIA
* CONCEPTO
* ELEMENTOS DE LA ESTRATEGIA
* ANÁLISIS ESTRATÉGICO
* MAPA ESTRATÉGICO
* ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO
* FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS
* IMPLANTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE ESTRATEGIAS
* MODELOS DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO
* ARTICULACIÓN DE ESTRATEGIA Y PROSPECTIVA
* MODELOS DE FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.

- PROSPECTIVA
* ANÁLISIS ESTRUCTURAL
* MODELOS DE DIAGNÓSTICO
* MODELOS DE PRONÓSTICO

- METODOLOGÍA PARA RESOLVER CASOS.
- APLICACIÓN DEL PROCESO DE ANÁLISIS JERÁRQUICO EN LA TOMA DE DECISIONES.
- INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES.
- TENDENCIAS Y VARIABLES.
- ANALISIS DE LA DEMANDA.
- ELASTICIDAD Y COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.
- INVENTARIOS
* CONCEPTOS
* GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
* COSTOS

- MODELOS DE COLAS Y LÍNEAS DE ESPERA.
- SOFTWARE APLICATIVO EXCEL Y MS PROYECT.
- FUNDAMENTOS DE PROBABILIDADES
* ENFOQUES

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

* DEFINICIONES Y TEOREMAS BÁSICOS DE LA TEORÍA DE LA PROBABILIDAD Y SU APLICACIÓN
* TEOREMA DE LA ADICIÓN
* PROBABILIDAD CONDICIONAL
* TEOREMA DE LA MULTIPLICACIÓN
* TEOREMA DE BAYES
* MODELOS
* VARIABLES ALEATORIAS Y FUNCIÓN PROBABILIDAD.
- ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA
* GRÁFICOS
* MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL Y DISPERSIÓN
* CONCEPTOS BÁSICOS: EXPERIMENTO MUESTRAL, ESPACIO MUESTRAL, EVENTOS, ETC.
* MÉTODOS DE CONTEO, PERMUTACIONES Y COMBINACIONES.

- PROYECTOS
* FASES, TIPOS,GESTIÓN (PERT, GANTT Y CPM), RIESGOS
* METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

- GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE PERSONAL, CONTRATACIÓN, DEFINICIÓN DE TAREAS INDIVIDUALES Y GRUPALES.
- EL PLAN DE NEGOCIOS
* CONCEPTO, EMPRENDIMIENTO,EMPRESARISMO,OBJETIVOS DE LA EMPRESA
* INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, ANÁLISIS DEL MERCADO
* RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO
* APLICACIÓN DE SOFTWARE APLICATIVO A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

- PRODUCCIÓN
* PROPÓSITOS Y OBJETIVOS. PLAN ESTRATÉGICO DE VENTAS Y MERCADEO
* DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO.EQUIPO E INSTALACIONES
* MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA REQUERIDA
* CAPACIDAD INSTALADA,DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA
* PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

- ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA
* ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA
* FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
* CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL
* ADMINISTRACIÓN SALARIAL
* EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO
* RELACIONES OBRERO-PATRONALES

- PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
* PRESENTACIÓN ESCRITA DEL DOCUMENTO
* APLICACIÓN DE SOFTWARE EN LA PRESENTACIÓN VERBAL Y ESCRITA DEL

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, INGENIERÍA ERGONÓMICA, ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y/O COMERCIAL; LICENCIADO EN MATEMÁTICAS Y ESTADÍSTICA, ESPECIALISTA EN PROYECTOS Y FINANZAS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor:

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- DOMINIO EN COMPETENCIAS LABORALES Y COMPORTAMENTALES, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS EN LAS ORGANIZACIONES RELACIONADAS CON EL CONOCIMIENTO Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN.
- HABILIDAD PARA FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS PRODUCTIVOS Y FORMATIVOS. SISTEMAS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.
- DOMINIO DE LENGUAJE PROFESIONAL ORAL Y ESCRITO.
- HABILIDAD EN LOS PROCESOS EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES.
- HABILIDAD EN EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197930
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22861
Nombre del resultado: ANALIZAR LOS HECHOS Y SITUACIONES ADMINISTRATIVAS DE LA ORGANIZACIÓN EN SU CONTEXTO, APLICANDO METODOLOGÍAS ESTADÍSTICAS, MATEMÁTICAS O FINANCIERAS EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y EL PLAN DE ACCIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22862
Nombre del resultado: EVALUAR SOCIAL Y ECONÓMICAMENTE LAS ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN PROPUESTAS A LA DECISIÓN, TENIENDO EN CUENTA LA PONDERACIÓN, CRITERIOS TÉCNICOS, EL RESULTADO QUE SE PERSIGA, LAS METODOLOGÍAS Y LA TECNOLOGÍA DISPONIBLE.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22863
Nombre del resultado: VERIFICAR Y CARACTERIZAR LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y LOGÍSTICOS DE LA EMPRESA EN LA TOMA DE DECISIONES PARA EL LOGRO DE LOS RESULTADOS, UTILIZANDO MODELOS MATEMÁTICOS Y DE SIMULACIÓN, TENIENDO EN CUENTA LA TECNOLOGÍA DISPONIBLE Y LA LEGISLACIÓN VIGENTE.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22864
Nombre del resultado: FORMULAR EL PROYECTO PRODUCTIVO Y/O EL PLAN DE NEGOCIOS, TENIENDO EN CUENTA LA METODOLOGÍA ADOPTADA, LA NORMATIVIDAD Y LEGISLACIÓN VIGENTES, PARA LA ORGANIZACIÓN Y EL INVERSIONISTA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22865
Nombre del resultado: PROYECTAR CON RESPONSABILIDAD Y ÉTICA LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA, SEGÚN LOS ESTADOS FINANCIEROS, RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA Y EFECTIVO, ENMARCADOS EN LAS NORMAS VIGENTES Y LA METODOLOGÍA ADOPTADA PARA LA TOMA DE DECISIONES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 1

Nombre de la competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

Criterio de evaluación:
Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.
Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.
Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.
Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.
Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.
Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva según los requerimientos de los contextos sociales y productivos.
Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.
Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.
Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional.
Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad. Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales. Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según la naturaleza del problema. Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales. Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales. Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos. Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental. Aplica los test de condición física según técnicas de medición. Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico de acuerdo con los métodos de entrenamiento físico. Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional. Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral. Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral. Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo teniendo en cuenta su proyecto de vida. Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo teniendo en cuenta las competencias ciudadanas. Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral. Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.
Conocimiento del proceso:	Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad. Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas. Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos. Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo. Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

redimensionar su proyecto de vida.
Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral y sustentable.
Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa.
Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo
Resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
Establecer acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas.
Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento
Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.
Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas
Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración.
Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos.
Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos.
Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos.
Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test.
Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test.
Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento.
Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral
Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico y psicosocial.
Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.
Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo con las políticas de bienestar.
Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia del entorno laboral.
Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura: Concepto, relaciones
- Conceptos de:
- Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad
- Pensamiento creativo
- Inteligencias múltiples
- Formulación y Resolución de problemas
- Procesos de Interpretación, Argumentación y Proposición.
- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones
- Asertividad
- Lógica
- Coherencia
- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Comunicación: Concepto, proceso, componentes y funciones
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinésica
- Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralinguística
- Convivencia
- Empatía
- Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías
- Conocimiento Científico
- Recurso renovables y no renovables
- Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible
- Normatividad Ambiental
- Utilización de Tecnologías más Limpias
- Problemáticas Urbanas
- Desarrollo a Escala Humana

Conceptos de público y privado
Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
Técnicas de valoración: definición, tipos, características , selección, aplicación, formulas, baremos, índices
Test: Definición, clases, características, aplicaciones.

- Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.

Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
Series: Definición, Aplicación, Clases
Repetición: Definición y aplicación
Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación. Manejo.
Ergonomía: Definición, Función, Clasificación, Limitantes, Beneficios, Estándares.
Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
Actividad física: definición ,características, componentes, ventajas
Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos, beneficios, desarrollo.
Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
Integrar: definición, métodos, beneficios, características.
Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos.
Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

Perfil del instructor:

Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

· Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.

Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.

· Profesional educación física, recreación y deportes.

· Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor:

Experiencia Laboral:

Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197930
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38740
Nombre del resultado: DESARROLLAR PROCESOS COMUNICATIVOS EFICACES Y ASERTIVOS DENTRO DE CRITERIOS DE RACIONALIDAD QUE POSIBILITEN LA CONVIVENCIA, EL ESTABLECIMIENTO DE ACUERDOS, LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DEL CONOCIMIENTO Y LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3226

Nombre de la competencia: COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y AUDITIVA

Criterio de evaluación: - Interpreta un texto sencillo y puede construir un mapa conceptual basado en el mismo.
- Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma
- Sostiene conversaciones con vocabulario básico y técnico aprendido.
- Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	especialidad. - Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos, y con contenido técnico. - Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno. - Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.
Conocimiento del proceso:	- Reconocer palabras y expresiones muy básicas que se usan habitualmente relativas a si mismo y a su entorno. - Reconocer vocabulario técnico básico. - Participar en una conversación de forma sencilla si el interlocutor está dispuesto a repetir lo que ha dicho o a usar un vocabulario básico, y a reformular lo que ha intentado decir. - Utilizar expresiones y frases sencillas para describir su entorno y relacionarse en su sitio de práctica o trabajo. - Escribir postales cortas y sencillas y anuncios cortos. - Llenar formularios o registros con datos personales. - Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico. - Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico. - Obtener información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos. - Obtener vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc. - Interactuar en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica. - Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves, - Describir con términos sencillos su entorno y entablar conversaciones cortas, utilizando una serie de expresiones y frases en inglés general y técnico. - Escribir notas y mensajes breves y sencillos relativos a sus necesidades inmediatas, mediante la utilización de un vocabulario básico de inglés general y técnico.
Conocimiento del concepto:	* About me: Adquisición de mayor habilidad comunicativa utilizando el lenguaje introductivo. Cómo presentarse presentarse y responder preguntas personales. - Be affirmative. Yes/ No Questions, Contractions, Short Answers, Present Simple. * My Day: Adquisición del lenguaje que se utiliza diariamente para hablar de ocupaciones y rutinas diarias. - Articles, Negative, WH Questions who, what, Affirmative, Yes/No Questions, Verbs describring day to day activities, * Supermarket and Clothes Shopping: Adquisición de lenguaje y vocabulario necesarios para hacer compras en un Súper Mercado, conocimiento de nombres de de alimentos y bebidas. Vocabulario sobre ropa, colores y meses del año. - This/That/These/Those, Singular/Plural, There Is/There Are, comparative and superlative adjectives. * Places: Vocabulario y habilidades comunicativas para trasladarse, visitar ciudades, solicitar información, desenvolverse en una ciudad. - Comparatives, WH questions, Subject pronouns, Object pronouns, present progresive. * Food and restaurant: Vocabulario y habilidades comunicativas para leer y comprender la carta, hacer preguntas, ordenar o sugerir un plato, pedir la cuenta. - WH Questions, when, where, why, how, presente simple vs Presente Progresivo. * Permission and request. Talking about ability.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: - Modals for hability: can/can´t, Modals for permission and request: can/could, Countable and uncountable nous.
* Travel and transportaion: Vocabulario y expresiones relativas a viajes, transporte y desplazamiento.
- Past simple, Past of To Be, Past Simple vs Past Progressive.

Perfil del instructor: Requisitos Académicos:
Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés. Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:
- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo
- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197930
Nombre de la actividad: ESTRUCTURAR LA INFORMACIÓN DEL ÁREA COMERCIAL DE LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38753
Nombre del resultado: COMPRENDER LA IDEA PRINCIPAL EN AVISOS Y MENSAJES BREVES, CLAROS Y SENCILLOS EN INGLÉS TÉCNICO
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38754
Nombre del resultado: REALIZAR INTERCAMBIOS SOCIALES Y PRÁCTICOS MUY BREVES, CON UN VOCABULARIO SUFICIENTE PARA HACER UNA EXPOSICIÓN O MANTENER UNA CONVERSACIÓN SENCILLA SOBRE TEMAS TÉCNICOS
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38755
Nombre del resultado: COMPRENDER FRASES Y VOCABULARIO HABITUAL SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38756
Nombre del resultado: ENCONTRAR INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y PREDECIBLE EN ESCRITOS SENCILLOS Y COTIDIANOS
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38757
Nombre del resultado: LEER TEXTOS MUY BREVES Y SENCILLOS EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38758
Nombre del resultado: COMUNICARSE EN TAREAS SENCILLAS Y HABITUALES QUE REQUIEREN UN INTERCAMBIO SIMPLE Y DIRECTO DE INFORMACIÓN COTIDIANA Y TÉCNICA
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38759
Nombre del resultado: ENCONTRAR VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ANUNCIOS, FOLLETOS, PÁGINAS WEB, ETC
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3384

Nombre de la competencia: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Criterio de evaluación:

- PRESENTA Y ARGUMENTA A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS APOYADO CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES,AYUDAS DIDÁCTICAS, PROGRAMAS O NAVEGADORES.

- PREPARA ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ACUDIENDO A DEMOSTRACIONES, MUESTRAS, DEGUSTACIONES Y EXHIBICIONES.

- INFORMA A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD, CONDICIONES DE ENTREGA, GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS.

- INTERPRETA MOTIVACIÓN, INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- APLICA ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN APOYADO EN MEDIO DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN.

- MANEJA SITUACIONES EMBARAZOSAS FRENTE A LAS PREGUNTAS Y OBJECIONES DEL CLIENTE.

- DETERMINA CONDICIONES DE INTERMEDIACIÓN ENTRE PRODUCTORES, PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y CLIENTES.

- PLANTEA CONDICIONES COMERCIALES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN AL CLIENTE DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y MARCO LEGAL.

Conocimiento del proceso:

- CONTACTAR A CLIENTES POTENCIALES QUE POSEEN EL PERFIL.

- PRESENTAR A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES, PROGRAMAS O NAVEGADORES.

- ARGUMENTAR SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DE EXCLUSIVIDAD E INNOVACIÓN BONDADES Y NECESIDADES QUE SATISFACEN Y RESUELVEN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.

- RESPALDAR MEDIANTE CERTIFICACIÓN DEL PRODUCTOR LA INFORMACIÓN SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO A PRESENTAR.

- PLANTEAR LA INFORMACIÓN SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS.

- INFORMAR A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD Y CONDICIONES DE ENTREGA.

- DETERMINAR EL ESCENARIO FÍSICO Y DE COMUNICACIÓN PARA LA PRESENTACIÓN Y DEMOSTRACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

- PREPARAR ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- REFORZAR LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, MUESTRAS, DEGUSTACIONES Y EXHIBICIONES.

- IDENTIFICAR MOTIVACIONES, OBJETIVOS E INTERESES DE LAS PARTES.

- INTERPRETAR EL INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE.

- APLICAR ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN.

- ESTRUCTURAR LA ARGUMENTACIÓN FRENTE A LAS PREGUNTAS Y OBJECIONES.

- ESCUCHAR PREGUNTAS Y OBJECIONES DE LOS CLIENTES.

- MANEJAR LAS SITUACIONES EMBARAZOSAS O DE RIESGO GENERADAS DURANTE LA VENTA.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

- REALIZAR LAS NEGOCIACIONES A TRAVÉS DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDO POR LA ORGANIZACIÓN.

- CERRAR LA VENTA SEGÚN ACUERDO ENTRE LAS PARTES.

- IDENTIFICAR LOS ACUERDOS ENTRE PRODUCTORES, PROVEEDORES, DISTRIBUIDORES Y CLIENTES.

- DETERMINAR CONDICIONES DE INTERMEDIACIÓN.

- ESTABLECER LOS TÉRMINOS DE LA NEGOCIACIÓN DE ACUERDO CON POLÍTICAS Y MARCO LEGAL.

- PLANTEAR CONDICIONES COMERCIALES DE NEGOCIACIÓN AL CLIENTE.

- FORMULAR BENEFICIOS Y RIESGOS EN LA NEGOCIACIÓN.

- ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.

- IDENTIFICAR LOS INSTRUMENTOS DE CARÁCTER LEGAL Y CONTRACTUAL.

- LEGALIZAR CONDICIONES Y TÉRMINOS DE LA NEGOCIACIÓN.

Conocimiento del concepto:

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO: TIPOS DE CLIENTES, SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE EMPRESAS, SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN, COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPORTAMIENTO DE COMPRA, PERFILES DE CLIENTES.
PRODUCTO O SERVICIO: DEFINICIÓN, OBJETIVOS, TIPOS, CARACTERÍSTICAS (INTRÍNSECAS, EXTRÍNSECAS) (CLASIFICACIÓN (SEGÚN DURABILIDAD Y TANGIBILIDAD), CLASES DE BIENES, LAS MATERIAS PRIMAS Y PARTES MANUFACTURADAS.
CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
EMPAQUES, ENVASES, EMBALAJES: TIPOS.
MANUAL DEL FABRICANTE: PROPIEDADES Y BENEFICIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO, MARCA MODOS DE USO O CONSUMO, CUIDADOS EN EL MANEJO Y TRASLADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, CUIDADOS ESPECIALES.
CERTIFICADOS DE PROVEEDORES SOBRE LOS PRODUCTOS.
POLÍTICAS COMERCIALES DE PROCEDIMIENTOS.
PRESENTACIÓN: AL CLIENTE, DE LA EMPRESA, DEL VENDEDOR, DEL PRODUCTO, TÉCNICAS, PROTOCOLO Y FORMAS.
TECNOLOGÍA PARA LA PRESENTACIÓN: MANUAL Y SISTEMATIZADA
MEDIOS DE APOYO EN LA PRESENTACIÓN: MANUALES, CATÁLOGOS, PLEGABLES Y FOLLETOS
DEMOSTRACIONES: CONCEPTO, DIRECTAS Y VIRTUALES
DEGUSTACIONES: TIPOS, FASES, TEST DE ANÁLISIS SENSORIAL, UMBRALES DE PERCEPCIÓN, DE IDENTIFICACIÓN Y DIFERENCIAL.
MUESTRA: CONCEPTO, TIPOS (DIRECTA, DIFERIDA, COMERCIAL Y VIRTUAL).
SITIOS DE EXPOSICIÓN: TIPOS DE SUPERFICIES EXPOSITORAS: LOCAL, VIVIENDA, CASETA, TÓTEM Y KIOSCO.
LABORES QUE SE EJECUTAN EN LA DEMOSTRACIÓN: UBICACIÓN DE SITIOS PARA DEMOSTRACIONES, PLANEAMIENTO DE LA DEMOSTRACIÓN, PLAN DE REUNIONES, REUNIONES DE GRUPO, PRUEBAS DE LABORATORIOS.
LA VENTA: CONCEPTO, OBJETIVOS, PLAN DE VENTA, COBERTURA DE LA VENTA, FASES DE LA VENTA, TÉCNICAS (AIDA SPIN).

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: TÉCNICAS: RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS, DE PERSUASIÓN, DE PROSPECTACIÓN, DE OBJECIONES, DE CIERRE.
SISTEMAS DE VENTAS: POR ÁREAS GEOGRÁFICAS, POR PRODUCTOS, POR CLIENTES, MIXTAS.
TIPOS DE DECISIONES DE COMPRA: LIMITADA, EXTENSIVA, RUTINARIA
NEGOCIACIÓN: CONCEPTOS, ESTILOS, ESTRATEGIAS, TÁCTICAS, PROCESO, CLASES, BENEFICIOS (GARANTÍAS, DESCUENTOS, SERVICIO POST VENTA), RELACIONES ENTRE LOS DIVERSOS ACTORES DE LA NEGOCIACIÓN, RELACIONES ENTRE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES: TRADE MARKETING, CUSTOMER RELATIÓN SHIP MANAGEMENT.
RIESGOS EN LA NEGOCIACIÓN: RESTRICCIONES, VALIDEZ DE LA OFERTA, PERMANENCIA EN EL MERCADO, CONDICIONES DE TIEMPO Y DEVOLUCIÓN.
FORMA DE RELACIÓN CON CLIENTES PARA REALIZAR LA VENTA: PERSONAL, TELEFÓNICA, VIRTUAL.
CANALES Y ESTRATEGIAS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN: VENTA PERSONAL, VENTA DIRECTA, VENTA MULTINIVEL, E-COMMERCE, TELEVENTA, VENTA POR CATÁLOGO, VENTA POR CORREO.
E-COMMERCE: CONCEPTO, TIPOS (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G), LEYES QUE RIGEN EL COMERCIO PRESENCIAL Y ELECTRÓNICO.
SOFTWARE DE APOYO A LA GESTIÓN DE VENTAS: INTERNET, PROGRAMAS Y NAVEGADORES.
TÉCNICAS DE PLANTEAMIENTO PSICOCIBERNÉTICA O TÉCNICA DE SIMULACIÓN CEREBRAL.
TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DE LA MOTRICIDAD GRUESA, DISTANCIA, VELOCIDAD Y CALIDAD.
TÉCNICAS DE LIBERACIÓN Y MANEJO DEL ESTRÉS.
MANEJO DEL VOCABULARIO EN INGLES PARA EL CIERRE DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.
TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA: LA COMUNICACIÓN: VERBAL Y NO VERBAL, BARRERAS EN LA COMUNICACIÓN, FACTORES PSICOLÓGICOS, FACTORES SOCIOLÓGICOS, FACTORES AMBIENTALES Y FACTORES TÉCNICOS.
RELACIONES HUMANAS: TÉCNICAS, RELACIONES INTERPERSONALES, AUTO IMAGEN, COMUNICACIÓN.
EL EFECTO DEL LENGUAJE CORPORAL SOBRE LAS RELACIONES: LENGUAJE CORPORAL, FORMAS DE SALUDAR, CONTACTO VISUAL, EXPRESIONES FACIALES, VESTUARIO, IMAGEN CORPORAL, CALIDAD DE LA VOZ Y ESTRATEGIAS CONVERSACIONALES QUE FORTALECEN LAS RELACIONES.
ACUERDOS COMERCIALES: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS Y USOS.
TIPOS DE ACUERDOS COMERCIALES: CONCESIÓN, FRANQUICIA, LEASING, EN DEPÓSITO, A TÉRMINO FIJO, COMISIÓN, SOCIEDADES DE INTERMEDIACIONES.
CONDICIONES COMERCIALES NACIONALES E INTERNACIONALES EN RELACIÓN CON VARIABLES COMO: PRECIOS, FORMAS DE PAGO Y PLAZOS, IMPUESTOS Y SEGUROS, DESCUENTOS DERECHOS ARANCELARIOS, TRANSPORTE Y GASTOS DE ENVIÓ, MERCADO CAMBIARIO Y DE DIVISAS: TASAS DE CAMBIO, DEPRECIACIÓN MONETARIA, INFLACIÓN, REEVALUACIÓN, GARANTÍAS, TASAS DE INTERÉS, NACIONAL: NOMINAL Y EFECTIVA E INTERNACIONAL: LIBOR, PRIME RATE, SPREAD.
CONTRATOS: CONCEPTO, PARTES, TIPOS (ABSOLUTO, LIMITADO, GENERAL Y ESPECIAL), ELEMENTOS DE UN CONTRATO COMERCIAL: CLÁUSULAS, TÉRMINO DE RENOVACIÓN; RELACIÓN ENTRE LAS PARTES, DEBERES Y DERECHOS, REFORMAS DEL CONTRATO, CONFIDENCIALIDAD Y TERMINACIÓN.
ASPECTOS LEGALES DE LA NEGOCIACIÓN NACIONALES, INTERNACIONALES,

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: NACIONALES E INTERNACIONALES.
ENTIDADES REGULADORAS: CÁMARAS DE COMERCIO, MINISTERIOS, EMBAJADAS, BANCOS GREMIOS.

Perfil del instructor: REQUISITOS ACADÉMICOS:

- MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON MERCADEO Y LA COMUNICACIÓN TALES COMO: ECONOMISTAS, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, MERCADOTÉCNISTAS, PROFESIONAL DE MERCADEO, INGENIERO COMERCIAL.

EXPERIENCIA LABORAL:

- CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON MANEJO DEL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES PROFESIONAL Y SEIS (6) MESES EN LABORES DE DOCENCIA.

COMPETENCIAS:

- DESARROLLAR PROCESOS EN COMUNICACIÓN COMERCIAL.
- NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22827
Nombre del resultado: UTILIZAR ESTRATEGIAS PARA APOYAR LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA CARACTERÍSTICAS, BENEFICIOS Y USOS DE UN PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, SEGÚN PROTOCOLO ESTABLECIDO POR LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22828
Nombre del resultado: REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS APLICANDO TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN Y CIERRE DE VENTAS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO, CONFORME A LAS POLÍTICAS DE VENTA Y LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22829
Nombre del resultado: ACORDAR TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN Y CONDICIONES COMERCIALES,

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

22829
REVISIÓN DE LAS PARTES DEL CONTRATO ESTRUCTURADO, DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS LEGALES DE NEGOCIACIÓN Y POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA EMPRESA.

Etapa: LECTIVA
Estado: ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3382

Nombre de la competencia: COORDINAR LA ACCIÓN DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y EL PLAN DE MERCADEO.

Criterio de evaluación:

- CALCULA CON EL APOYO DE SOFTWARE EL POTENCIAL, LA COBERTURA Y LA PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO APLICANDO TÉCNICAS ESTADÍSTICAS Y DE CALCULO DE OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO DE LA EMPRESA EN EL MERCADO.

- DETERMINA EL TAMAÑO Y FORMA DE LOS TERRITORIOS DE VENTA APLICANDO TÉCNICAS DE ZONIFICACIÓN DE TERRITORIOS Y SEGMENTACIÓN DE POBLACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y TIPO DE PRODUCTO.

- ELABORA CON EL APOYO DE SOFTWARE LAS RUTAS DE VISITA A CLIENTES APLICANDO LOS MÉTODOS DE DISEÑO DE RUTAS SEGÚN LAS ZONAS Y LOS TIPOS DE CLIENTES.

- REALIZA LA CATEGORIZACIÓN DE CLIENTES PARA ESTABLECER LAS APTITUDES Y ACTITUDES REQUERIDAS EN LA FUERZA DE VENTAS, SELECCIONANDO VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN Y APLICANDO TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO A VENDER.

- ASIGNA LAS CUOTAS DE VENTAS A LOS VENDEDORES APLICANDO MÉTODOS Y TÉCNICAS DE DETERMINACIÓN DE CUOTAS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE PERFILES DE CLIENTES Y VENDEDORES Y DE LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA DE LA EMPRESA.

- DISEÑA EL PLAN DE ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS APLICANDO HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN Y TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN DE CARGAS CON EL APOYO DE SOFTWARE EN RELACIÓN CON LAS VARIABLES DE TIEMPO, ÁREA A CUBRIR, NÚMERO DE VISITAS, TIPO DE CLIENTE Y VOLUMEN DE VENTAS.

- EVALÚA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROCESOS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE VENDEDORES Y CON EL DE INSTRUMENTOS DE MONITOREO SEGÚN LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE

Conocimiento del proceso: DELIMITAR LA COBERTURA Y PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO PARA DEFINIR ACCIONES DE VENTAS Y SITUACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMPAÑÍA.
ESTIMAR EL POTENCIAL DE VENTAS DE LA COMPAÑÍA CON EL FIN DE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

EVALUAR EL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN OBJETIVO Y LOS NIVELES DE ESFUERZO DE LA EMPRESA PARA CUBRIR EL MERCADO
IDENTIFICAR LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA DE LA COMPAÑÍA ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE MERCADEO CON EL FIN DE DETERMINAR LAS ACCIONES NECESARIAS QUE PERMITAN OBTENER DICHOS LOGROS.
FORMULAR LOS COSTOS DE LA GESTIÓN DE VENTAS PARA FACILITAR LA COORDINACIÓN DE LOS RECURSOS EN POS DE LOS OBJETIVOS Y METAS FIJADOS.
CARACTERIZAR EL PRODUCTO O SERVICIO DE VENTA PARA DEFINIR EL PERFIL Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE LOS CLIENTES.
RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DE LA REGIÓN OBJETIVO DE VENTAS PARA MEDIR LOS TIEMPOS DE CUBRIMIENTO.
DEFINIR LAS RAZONES Y NECESIDADES DE LOS TERRITORIOS DE VENTAS PARA DETERMINAR LOS LINEAMIENTOS PROPIOS DEL DISEÑO DE TERRITORIOS.
CONFIGURAR EL TAMAÑO Y FORMA DE LOS TERRITORIOS DE VENTA QUE FACILITEN LA COORDINACIÓN DE LA ACCIÓN DE VENTAS.
CALCULAR EL TIEMPO Y LA FRECUENCIA OPTIMA DE VISITAS QUE NECESITA CADA VENDEDOR PARA CUBRIR EL MERCADO Y EL TERRITORIO DE VENTAS.
OTORGAR A CADA VENDEDOR UNA ZONA DE VENTA ESPECIFICA A PARTIR DE LA CONFIGURACIÓN DE LOS TERRITORIOS DE VENTA.
ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ZONAS DE VENTA PARA DEFINIR LOS PARÁMETROS DE ELABORACIÓN DE RUTEROS DE VENTA.
APLICAR EL SOFTWARE PARA EL DISEÑO DE RUTAS DE VENTA PARA ESTABLECER LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO DE LA FUERZA DE VENTAS.
PROPONER RUTAS DE VENTA UTILIZANDO EL SOFTWARE QUE PERMITAN AGILIZAR LOS PROCESOS DE COORDINACIÓN DE LA ACCIÓN DE VENTAS.
ESTIPULAR GRUPOS DE CLIENTES A LA FUERZA DE VENTAS PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA COMPAÑÍA.
IDENTIFICAR LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA DE LA COMPAÑÍA PARA ESTABLECER LOS PARÁMETROS DE DISTRIBUCIÓN DE OBLIGACIONES DE VENTA.
PRESCRIBIR LOS PARÁMETROS DE DISTRIBUCIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE VENTA PARA DISEÑAR LAS ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE CUOTAS.
DISEÑAR ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN DE LOS OBJETIVOS Y METAS EN LA FUERZA DE VENTAS PARA DEFINIR LAS CUOTAS DE VENTA.
SELECCIONAR LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL VENDEDOR PARA DETERMINAR LOS INSTRUMENTOS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS CUOTAS DE VENTA.
ANALIZAR LOS DIFERENTES TIPOS DE CUOTAS DE VENTAS PARA ESTABLECER LA MAS APROPIADA.
ESTABLECER LOS TIPOS DE CUOTA DE VENTAS QUE SERÁN UTILIZADAS POR LA FUERZA DE VENTAS PERMITIENDO EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA DE MANERA MAS EFICIENTE
RECONOCER EL SOFTWARE APLICATIVO PARA DETERMINAR LAS CUOTAS DE VENTA PARA AGILIZAR LA FIJACIÓN DE LAS CUOTAS.
FIJAR LAS CUOTAS DE VENTA UTILIZANDO EL SOFTWARE PARA DEFINIR LA ASIGNACIÓN DE RESPONSABILIDADES A CADA VENDEDOR.
ASIGNAR CUOTAS A LOS VENDEDORES PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA.
ANALIZAR LA COMPOSICIÓN ACTUAL DE LA FUERZA DE VENTAS PARA DEFINIR EL FUTURO PERFIL DE LOS VENDEDORES.
RECONOCER LOS OBJETIVOS ORGANIZATIVOS DE VENTAS PARA

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

EL TIPO DE ESTRUCTURA EMPLEADO.
VERIFICAR EL TIPO DE ESTRUCTURA EMPLEADO POR LA ORGANIZACIÓN PARA IDENTIFICAR SU PERFIL ORGANIZATIVO.
PRESCRIBIR LAS FUNCIONES DE LA FUERZA DE VENTAS QUE PERMITAN ESTABLECER EL TIPO DE VENDEDOR REQUERIDO.
ESTABLECER EL PERFIL DEL VENDEDOR PARA DEFINIR LAS ACTITUDES Y APTITUDES DE LOS MIEMBROS DE LA FUERZA DE VENTAS.
ESTIPULAR EL TIPO DE VINCULACIÓN DE LOS VENDEDORES PARA DECIDIR SU GRADO DE RESPONSABILIDAD ANTE LA ESTRUCTURA DE VENTAS.
CALCULAR EL TIEMPO NECESARIO PARA QUE LOS VENDEDORES CUMPLAN CON LOS OBJETIVOS DE VENTA DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO.
DETERMINAR EL NÚMERO DE VENDEDORES DE ACUERDO CON LAS VARIABLES PRESUPUESTARIAS DE CUBRIMIENTO DEL MERCADO.
DISEÑAR EL ORGANIGRAMA DE LA FUERZA DE VENTAS PARA COMPRENDER LOS TRAMOS DE CONTROL Y EL NIVEL DE RESPONSABILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.
PRECISAR LOS NIVELES DE RESPONSABILIDAD DE LOS MIEMBROS DE LA FUERZA DE VENTAS PARA ESTRUCTURAR LA ORGANIZACIÓN.
GENERAR UN MODELO QUE INTEGRE TODAS LAS ACCIONES DE VENTA PARA DEFINIR LA ESTRUCTURA DE LA FUERZA DE VENTAS.
DEFINIR LA ESTRUCTURA DE LA FUERZA DE VENTAS PARA RECONOCER EL PERFIL ORGANIZATIVO DE LA EMPRESA.
SELECCIONAR EL PERFIL ADMINISTRATIVO DE LA FUERZA DE VENTAS PARA DETERMINAR LAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS A DESARROLLAR PARA EL LOGRO DE LAS METAS Y OBJETIVOS DE VENTA.

Conocimiento del concepto:

COBERTURA DEL MERCADO: LOCAL, NACIONAL, INTERNACIONAL, GLOBAL.
POTENCIAL DEL MERCADO: POR AUTONOMÍAS, POR PROVINCIA, POR ÁREAS COMERCIALES
PRINCIPIOS PARA FORMAR TERRITORIOS.
RAZONES PARA ESTABLECER TERRITORIOS
FORMA DE LOS TERRITORIOS: CIRCULARES, DE TRÉBOL O EN FORMA DE CUÑA
MÉTODO PARA DETERMINAR EL NÚMERO DE TERRITORIOS
DISEÑO DEL TERRITORIO DE VENTAS:
MÉTODO DE CONSTRUCCIÓN.
MÉTODO DE ROMPIMIENTO.
MÉTODOS PARA ASIGNAR EL PERSONAL DE VENTAS: MÉTODO DE DESCOMPOSICIÓN, MÉTODO DE LA CARGA DE TRABAJO, MÉTODO DE INCREMENTO ADICIONAL
FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS: POR CRITERIO GEOGRÁFICO, POR LÍNEA DE PRODUCTO, POR CLIENTES, POR FUNCIONES DE VENTA, SISTEMAS MIXTOS.
SISTEMAS PARA LA ELABORACIÓN DE RUTEROS: MANUALES, SISTEMATIZADOS
RENTABILIDAD DE LOS RUTEROS
TIEMPO PRODUCTIVO. TIEMPO EN DESPLAZAMIENTOS.
ANÁLISIS DE LA ZONA DE VENTAS Y OBJETIVOS
CUOTAS DE VENTAS. FRECUENCIA ÓPTIMA DE VISITAS
CARGA DE TIEMPO PARA CUBRIR EL MERCADO. TIEMPO DISPONIBLE POR VENDEDOR
MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE CLIENTES
CARACTERÍSTICAS. ELEMENTOS. DESARROLLO DE LA MATRIZ. APLICACIÓN.
PROGRAMACIÓN DE VISITAS Y RUTAS
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

CRITERIOS, FORMAS, PATRONES, PROCEDIMIENTOS Y ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN.
ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO
NECESIDADES DE LOS TERRITORIOS DE VENTAS
EL TAMAÑO DEL PERSONAL DE VENTAS.
DISEÑO DEL TERRITORIO DE VENTAS
ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO
RUTAS Y SISTEMA DE TRABAJO
CONCEPTO DE CUOTA DE VENTAS
EL PROPÓSITO Y OBJETIVOS DE LAS CUOTAS DE VENTAS
IMPORTANCIA RELATIVA DE CADA TIPO DE CUOTA
ESCUELAS DE PENSAMIENTO PARA ESTABLECER CUOTAS: CUOTA ALTA, CUOTA MODESTA Y CUOTA VARIABLE
TIPOS Y CLASES DE CUOTAS DE VENTA: CUOTAS DE VOLUMEN DE VENTAS, EN MEDIDAS MONETARIAS, EN MEDIDAS FÍSICAS Y EN MEDIDAS DE PUNTOS DE VENTA
CUOTAS FINANCIERAS: CUOTA DE GASTOS, CUOTA DE MÁRGENES BRUTOS Y CUOTA DE BENEFICIOS NETOS
PROCESO DEL ESTABLECIMIENTO DE CUOTAS DE VENTAS:
EXPERIENCIA PASADA EN VENTAS.
POTENCIALES DE VENTAS TERRITORIALES.
ÍNDICES DE PROSPECCIÓN Y EFECTIVIDAD
CÁLCULOS DE DE OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO
CALCULO DE LA PARTICIPACIÓN Y POTENCIAL DE VENTAS DE LA EMPRESA EN EL MERCADO
PREVISIÓN DE VENTAS. CALCULO DE CUOTAS DE VENTAS
SOFTWARE PARA EL ESTABLECIMIENTO Y CÁLCULO DE CUOTAS DE VENTAS
CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE CUOTAS DE VENTA
ADMINISTRACIÓN DE CUOTAS DE VENTAS. LA ORGANIZACIÓN DE VENTAS
OBJETIVOS Y PROPÓSITOS DE LA ORGANIZACIÓN DE VENTAS
ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS
COMPOSICIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS. GESTIÓN DE EQUIPO DE VENTAS
ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS: ESTRUCTURA HORIZONTAL Y VERTICAL
CRITERIOS PARA ESTABLECER UN ORGANIGRAMA DE VENTAS: POR CRITERIO GEOGRÁFICO, POR LÍNEA DE PRODUCTO, POR CLIENTES, POR FUNCIONES DE VENTA Y SISTEMAS MIXTOS
TIPOS DE ORGANIZACIÓN DE VENDEDORES: ORGANIZACIÓN POR ZONAS, POR PRODUCTOS, POR CLIENTES O MERCADOS, COMBINADA
MÉTODOS DE ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS: MÉTODO DE LA DESCOMPOSICIÓN, MÉTODO DE LA CARGA DE TRABAJO Y MÉTODO DE INCREMENTO ADICIONAL
EL TELEMARKETING Y LA ORGANIZACIÓN DE VENTAS
FIJACIÓN DE OBJETIVOS. PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN
TIPOS DE ORGANIZACIÓN: LINEAL, STAFF, FUNCIONAL E INFORMAL.
FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO VENTA
DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS:
ENFOQUE ORIENTADO AL MERCADO.
ENFOQUE DISEÑADO ALREDEDOR DE LAS ACTIVIDADES DE VENTAS.
LIDERAZGO Y MANEJO DEL EQUIPO HUMANO
EL PERFIL DEL VENDEDOR DE ACUERDO AL PRODUCTO O SERVICIO
CONFORMACIÓN DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO EN VENTAS
LA DIRECCIÓN POR OBJETIVOS EN LA GESTIÓN DE REDES COMERCIALES
EL CONCEPTO DE LA PLATAFORMA COMERCIAL. MANAGEMENT COMERCIAL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: CLASIFICACIÓN DE CLIENTES POR CATEGORÍAS
FRECUENCIAS DE VISITAS Y DURACIÓN
TIEMPO Y NÚMERO DE VENDEDORES POR TAREA REALIZADA.

Perfil del instructor: REQUISITOS ACADÉMICOS:

- MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE COORDINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS, TALES COMO: PROFESIONAL EN MERCADEO O VENTAS, ADMINISTRADORES DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON GESTIÓN, MERCADEO O VENTAS, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- DIRIGIR ACTIVIDADES COMERCIALES SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

- ADMINISTRAR TERRITORIOS Y RUTAS DE VENTAS.

- FIJAR LAS CUOTAS DE VENTAS A DISTRITOS Y ÁREAS DE RESPONSABILIDAD.

- ORGANIZAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS, TERRITORIOS Y CUOTAS DE VENTAS.

- TRABAJAR EN EQUIPO.

- USAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

- FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22833
Nombre del resultado: FIJAR CUOTAS DE VENTAS A LOS VENDEDORES APLICANDO LOS PROCEDIMIENTOS DE FIJACIÓN DE CUOTAS AL ESTABLECER EL PLAN DE VENTAS CON EL APOYO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 22834
Nombre del resultado: ADMINISTRAR LOS TERRITORIOS Y RUTAS DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA LA COBERTURA Y EL POTENCIAL DEL MERCADO, CON EL APOYO DE MAPAS Y SOFTWARE ESPECIALIZADOS PARA LA ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS DENTRO DEL TERRITORIO A PARTIR DE LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA DE LA COMPAÑÍA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22835
Nombre del resultado: ORGANIZAR LA FUERZA DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN APOYADOS CON SOFTWARE, TENIENDO EN CUENTA LOS CRITERIOS DE ORGANIZACIÓN Y VINCULACIÓN DE LOS VENDEDORES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3383

Nombre de la competencia: ADMINISTRAR LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

Criterio de evaluación:

- IDENTIFICA LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE LOS VENDEDORES MEDIANTE EL USO DE HERRAMIENTAS DE DIAGNOSTICO Y SOFTWARE ESPECIALIZADO A PARTIR DE LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE VENTAS DE LA ORGANIZACIÓN.

- PLANEA LAS ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN APLICANDO TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN CON EL APOYO DE SOFTWARE, A PARTIR DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE CAPACITACIÓN DE LOS VENDEDORES.

- ORIENTA LOS PROCESOS DE CAPACITACIÓN MEDIANTE LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN, UTILIZANDO LOS MEDIOS, RECURSOS Y TECNOLOGÍAS ESTABLECIDOS EN EL PLAN DE CAPACITACIÓN.

- EVALÚA EL PROCESO DE CAPACITACIÓN APLICANDO LOS DIVERSOS MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS E INDICADORES DE CAPACITACIÓN.

- DISEÑA MODELOS PARA EL ACOMPAÑAMIENTO DE LOS VENDEDORES EN EL DESARROLLO DE LAS HABILIDADES Y COMPETENCIAS PROPIAS DE SU DESEMPEÑO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN.

- APLICA MODELOS DE ACOMPAÑAMIENTO A VENDEDORES QUE PERMITAN MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE OBSERVACIÓN Y ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN LA IDENTIFICACIÓN Y SOLUCIÓN DE SITUACIONES QUE AFECTEN EL DESEMPEÑO Y MOTIVACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

EVALUACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS APLICANDO LAS METODOLOGÍAS PARA EL DISEÑO DE INSTRUMENTOS CON EL APOYO DE SOFTWARE DE EVALUACIÓN, A PARTIR DE LOS PARÁMETROS A EVALUAR.

- DESARROLLA LOS PROCEDIMIENTOS PARA EL SEGUIMIENTO Y LA VERIFICACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE MODELOS DE EVALUACIÓN DE VENDEDORES, TENIENDO EN CUENTA LOS INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO ESTABLECIDOS.

- DISEÑA ESTRATEGIAS PARA LA RETROALIMENTACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS EN EL DESARROLLO DE SU GESTIÓN, APLICANDO TÉCNICAS PARA EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS SEGÚN POLÍTICAS ORGANIZACIONALES.

Conocimiento del proceso:

- IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS CON EL FIN DE PREPARAR LAS ACCIONES DE CAPACITACIÓN Y ACCIONES CORRECTIVAS.

- REALIZAR LAS ENTREVISTAS CON LOS VENDEDORES, PARA CONOCER LOS ASPECTOS IMPORTANTES, EXPECTATIVAS, DESEOS, PRINCIPIOS Y CREENCIAS DE CADA UNO.

- SELECCIONAR LA INFORMACIÓN PARA LA ACCIÓN DE CAPACITACIÓN ACORDE CON LA DE GESTIÓN DE LAS VENTAS Y EL RECORD DE ACTIVIDADES DE CAMPO DEL VENDEDOR.

- PLANEAR EL ACOMPAÑAMIENTO Y ENTRENAMIENTO EN FORMA ESTRATÉGICA Y OPERATIVA.

- ESTABLECER EL TIEMPO DE CAPACITACIÓN DEPENDIENDO DE LA COMPLEJIDAD DE LA LABOR DE VENTAS Y DEL TIPO DE PERSONAS RECLUTADAS.

- SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN Y LAS HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS, QUE FACILITEN LA ASIMILACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS POR PARTE DEL GRUPO DE VENDEDORES.

- ADECUAR EL NIVEL DE LA INSTRUCCIÓN IMPARTIDA AL NIVEL PROMEDIO DE LOS CONOCIMIENTOS DEL GRUPO EMPLEANDO EL LENGUAJE PROPIO DE LA ACTIVIDAD.

- DESARROLLAR LAS HABILIDADES Y COMPETENCIAS PROPIAS DEL DESEMPEÑO Y GESTIÓN DEL VENDEDOR MEDIANTE EL ACOMPAÑAMIENTO Y ENTRENAMIENTO.

- FORMAR LOS VENDEDORES CON MIRAS A MEJORAR LA MORAL DEL EQUIPO DE VENTAS Y DISMINUIR LA ROTACIÓN.

- EVALUAR EL DESEMPEÑO Y CONOCIMIENTOS OBJETO DE LA CAPACITACIÓN DURANTE EL ACOMPAÑAMIENTO Y ENTRENAMIENTO DE ACUERDO CON LO CRITERIOS DEFINIDOS.

- EVALUAR LOS COSTOS Y BENEFICIOS EN LA FORMACIÓN DE LOS VENDEDORES.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

- MOTIVAR EL EQUIPO APLICANDO A NIVEL ORGANIZACIONAL LOS VALORES Y ACTITUDES DEMANDADOS POR LOS VENDEDORES.

- GARANTIZAR A LOS VENDEDORES ESPACIOS PARA EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES LÚDICAS Y DE INTEGRACIÓN AL EQUIPO.

- ANALIZAR LOS PATRONES DE RESULTADOS, LAS EVIDENCIAS, LOS PROBLEMAS, LAS DEFICIENCIAS, LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y LOS PATRONES DE COMPORTAMIENTO DE LA FUERZA DE VENTAS.

- CONSIDERAR LOS INFORMES DE COBROS, VISITAS Y LA INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES, PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES.

- TENER EN CUENTA LOS FACTORES PERSONALES DE MOTIVACIÓN, APTITUDES, HABILIDADES, PERCEPCIÓN, SATISFACCIÓN Y LOS FACTORES EXTERNOS EN EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES.

- EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES EN LAS ÁREAS DE TRABAJO FRENTE A LOS INDICADORES Y ESTÁNDARES ESTABLECIDOS.

- REVISAR LAS EVALUACIONES DE LOS VENDEDORES ANTES DE LA ENTREVISTA DE EVALUACIÓN.

- RETROALIMENTAR AL VENDEDOR EN LA ENTREVISTA DE EVALUACIÓN FRENTE A SUS DEBILIDADES Y FORTALEZAS, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN SU DESEMPEÑO.

- DETERMINAR Y DAR A CONOCER LOS ÍNDICES E INDICADORES DE DESEMPEÑO INDIVIDUAL DE LA GESTIÓN DE VENTAS.

Conocimiento del concepto:

- NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO RELACIONADAS CON: EL PRODUCTO, LA NORMATIVIDAD, LAS TÉCNICAS DE PERSUASIÓN Y NEGOCIACIÓN, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN DE VENTAS.
- PLAN DE CAPACITACIÓN.
- OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE VENDEDORES.
- ESTRATEGIAS Y OPERATIVIDAD EN LA PLANEACIÓN, ACOMPAÑAMIENTO Y ENTRENAMIENTO DE LOS EQUIPOS DE VENTAS.
- FORMAS DE CAPACITACIÓN: TEÓRICA,PRÁCTICA.
- TIPOS DE APRENDIZAJE: APRENDIZAJE POR EVITACIÓN, APRENDIZAJE DE IMITACIÓN.
- SITIOS PARA LA FORMACIÓN DE VENDEDORES: SOBRE EL TERRENO, EN EL AULA, EN EL HOGAR.
- TIPOS CAPACITACIÓN: GENÉRICA, ESPECÍFICA Y DE HABILIDADES Y ACTITUDES.
- ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN: MAGISTRAL, CHARLA - RESPUESTA, DINÁMICAS DE GRUPO, MÉTODO DEL CASO, SIMULACIONES, ROL-PLAYING, EN LÍNEA.
- MEDIOS DE APOYO A LA CAPACITACIÓN: VIDEOS INTERACTIVOS, ORDENADORES EAO, PROGRAMAS DE SIMULACIÓN, PROGRAMAS MULTIMEDIA, PELÍCULAS ACERCA DE LA COMPAÑÍA, LOS PRODUCTOS Y LAS VENTAS.
- CONCEPTOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DEL ACOMPAÑAMIENTO - ENTRENAMIENTO / VARIABLES DE OBSERVACIÓN PROPIAS DEL ACOMPAÑAMIENTO EN EL TERRENO.
- HABILIDADES Y COMPETENCIAS PROPIAS DE LA GESTIÓN DE VENTAS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- TEORÍA DE LAS EXPECTATIVAS: DE WALKER, CHURCHILL Y FORD.
- TEORÍA DE LOS DOS FACTORES DE HERTZBERG.
- INSTRUMENTOS MOTIVACIONALES, FACTORES DE COMPORTAMIENTO EN LA MOTIVACIÓN.
- ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS.
- COMUNICACIÓN ASERTIVA.
- TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN: CONVENCIMIENTO, DIÁLOGO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS.
- TÉCNICAS DE ACOMPAÑAMIENTO AL VENDEDOR.
- DESARROLLO DE VALORES Y ACTITUDES EN EL EQUIPO DE VENTAS.
- PROCESO DE EVALUACIÓN,PRINCIPIOS DE EVALUACIÓN DE VENDEDORES.
- FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA EVALUACIÓN DE VENDEDORES: REGISTROS DE LA COMPAÑÍA, INFORMES DE CLIENTES E INFORMES DE VENDEDORES.
- SISTEMAS DE CONTROL DE VENDEDORES: BASADOS EN RESULTADOS Y BASADOS EN COMPORTAMIENTOS.
- MÉTODOS DE EVALUACIÓN BASADOS EN EL DESEMPEÑO PASADO: ESCALAS DE PUNTUACIÓN, LISTAS DE VERIFICACIÓN, SELECCIÓN FORZADA, REGISTRO DE ACONTECIMIENTOS CRÍTICOS, ESCALAS DE CALIFICACIÓN CONDUCTUAL, VERIFICACIÓN DE CAMPO, EVALUACIÓN EN GRUPO, POR PAREJAS.
- MÉTODOS DE EVALUACIÓN BASADOS EN EL DESEMPEÑO FUTURO: AUTOEVALUACIONES, ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS, EVALUACIONES PSICOLÓGICAS, CENTROS DE EVALUACIÓN.
- FRECUENCIA DE EVALUACIÓN: FORMAL Y RUTINARIA.
- DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS: FACTORES INTERNOS Y FACTORES EXTERNOS AL VENDEDOR.
- VARIABLES QUE DETERMINAN EL RENDIMIENTO DEL EQUIPO DE VENTAS: CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS,MODELO DEL RENDIMIENTO DEL VENDEDOR, TIPOS Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN.
- THE BALANCED SCORECARD-MEASURES COMO HERRAMIENTA DE EVALUACIÓN.
- INDICADORES Y ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO DE VENDEDORES.

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS, TALES COMO: PROFESIONAL EN MERCADEO, VENTAS, ADMINISTRADORES DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA DIRECCIÓN COMERCIAL, MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- DIRIGIR ACTIVIDADES COMERCIALES SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL.

- CAPACITAR Y ENTRENAR FUERZAS DE VENTAS A PARTIR DE LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS PARA SU DESEMPEÑO.

- ACOMPAÑAR Y MOTIVAR A EQUIPOS DE VENTAS EN EL DESARROLLO DE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: TÉCNICAS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS PROPIAS DEL VENDEDOR.

- MEDIR EL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO ESTABLECIDOS.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22836
Nombre del resultado: CAPACITAR LA FUERZA DE VENTAS EN LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS DURANTE SU GESTIÓN, APLICANDO MÉTODOS Y ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN, CON EL APOYO DE LOS RECURSOS Y HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE VENTAS Y ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22837
Nombre del resultado: MEDIR EL DESEMPEÑO DE LA FUERZA DE VENTAS UTILIZANDO LOS MÉTODOS, TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN EN LA VERIFICACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL EQUIPO DE VENTAS CON EL FIN DE RETROALIMENTAR LA ACTUACIÓN DE LOS VENDEDORES SEGÚN PLAN DE CAPACITACIÓN ESTABLECIDA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22838
Nombre del resultado: ACOMPAÑAR AL EQUIPO DE VENTAS EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES Y COMPETENCIAS PROPIAS DE SU DESEMPEÑO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MOTIVACIÓN Y COMUNICACIÓN QUE PERMITAN ALCANZAR LOS ESTÁNDARES DE RENDIMIENTO ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3374

Nombre de la competencia: REALIZAR EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

Criterio de evaluación: - IDENTIFICA CON RESPONSABILIDAD LOS COMPONENTES DEL PLAN DE MERCADEO, CON EL FIN DE DETERMINAR LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

EMPRESA.
- DETERMINA CON VERACIDAD EN EL ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO, EL CONSUMIDOR, Y LA COMPETENCIA.
- DIFERENCIA CON PRECISIÓN LOS OBJETIVOS, METAS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO, PARA DETERMINAR LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA.
- DISTRIBUYE CON EQUIDAD Y RESPONSABILIDAD EL PRESUPUESTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN, PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL MISMO.
- CONTRASTA DE MANERA OBJETIVA LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, ESTABLECIDAS EN EL PLAN, FRENTE A LAS POLÍTICAS DEL PLAN DE MERCADEO, EN LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO DE COMUNICACIÓN.
- IDENTIFICA DE MANERA RESPONSABLE LOS ELEMENTOS, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA, COMO POLÍTICAS A TENER EN CUENTA EN LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO DE COMUNICACIÓN.
- ARGUMENTA CON IDONEIDAD LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDA EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMO RESPUESTA A LOS OBJETIVOS Y A LA AUDIENCIA.
- IDENTIFICA CON VERACIDAD LAS PARTES DEL BRIEF, COMO FUENTE DE INFORMACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE UNA CAMPAÑA.
- REVISA CON RESPONSABILIDAD LA INFORMACIÓN DEL BRIEF, ALREDEDOR DE TODOS LOS ELEMENTOS QUE LO COMPONEN.
- IDENTIFICA CON VERACIDAD LOS TIPOS DE CAMPAÑA, SU ENFOQUE, OBJETIVO Y FINALIDAD, DE ACUERDO CON LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.
- ESTRUCTURA CON IDONEIDAD EL PLAN DE CAMPAÑA, TENIENDO EN CUENTA LOS DIFERENTES ELEMENTOS QUE LO INTEGRAN Y LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.
- DETERMINA CON RESPONSABILIDAD LA REGLAMENTACIÓN LEGAL ESTABLECIDA PARA EL DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIVULGACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.
- IDENTIFICA CON RESPONSABILIDAD LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA, EL PROGRAMA PROMOCIONAL, SU CONCEPTO, SIGNIFICADO E IMPORTANCIA.
- DETERMINA CON VERACIDAD NATURALEZA DE LA PROMOCIÓN, MÉTODOS PROMOCIONALES, ELEMENTOS QUE COMPONEN LA MEZCLA PROMOCIONAL, FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DE CADA ELEMENTO.
- DIFERENCIA CON PRECISIÓN LOS OBJETIVOS Y FUNCIONES QUE CUMPLEN LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN DE VENTAS, LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA VENTA PERSONAL EN LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES DE LA EMPRESA.
- DEFINE CON OBJETIVIDAD LA CAMPAÑA PROMOCIONAL A DESARROLLAR EN UN EVENTO DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO, TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.
- DETERMINA CON RESPONSABILIDAD LOS TIPOS DE PROMOCIÓN, OBJETIVOS, FINALIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE CADA TIPO DE PROMOCIÓN.

- IDENTIFICA DE MANERA RESPONSABLE LOS NIVELES PROMOCIONALES Y LA REGLAMENTACIÓN ESTABLECIDA PARA LAS DIFERENTES ACTIVIDADES PROMOCIONALES.

Conocimiento del proceso: ANALIZAR EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL DIAGNÓSTICO DEL MERCADO, EL CONSUMIDOR, EL PRODUCTO Y LOS OBJETIVOS, LAS METAS Y

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.
EXAMINAR EN EL INFORME DEL DIAGNÓSTICO, LOS HÁBITOS DE COMPRA Y COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES DE LA COMPETENCIA.
IDENTIFICAR LOS OBJETIVOS Y LAS METAS DEL PLAN DE MERCADEO Y CONTRASTARLOS CON LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.
VERIFICAR LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS EN EL PLAN DE ACCIÓN DEL PLAN DE MERCADEO.
IDENTIFICAR LA AUDIENCIA OBJETIVO Y LA RESPUESTA QUE SE BUSCA DAR CON LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.
DETERMINAR EL MENSAJE ESTABLECIDO EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN.
DEFINIR MECANISMOS DE CONTROL DEL PLAN DE COMUNICACIÓN
VALORAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.
CONFIRMAR LA INFORMACIÓN DEL BRIEF, RESPECTO AL PRODUCTO, AL MERCADO, LA MARCA, LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN, EL TARGET GROUP, EL PRESUPUESTO, LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA PUBLICIDAD DEL SECTOR.
DELINEAR EL PLAN DE CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DISTINTOS ACTORES.
REALIZAR LA ESTRATEGIA CREATIVA DE LA CAMPAÑA, TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS Y METAS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.
DEFINIR LA ESTRATEGIA GEOGRÁFICA DE LA CAMPAÑA DE ACUERDO A LA POBLACIÓN OBJETIVO.
CREAR LA ESTRATEGIA DE MEDIOS A PARTIR DEL PLAN DE CAMPAÑA Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS.
IDENTIFICAR LAS PIEZAS PUBLICITARIAS Y LOS MATERIALES A REALIZAR.
PRESENTAR EL PLAN DE CAMPAÑA PARA SU APROBACIÓN
APLICAR LA REGLAMENTACIÓN LEGAL EXISTENTE SOBRE REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS.
DISEÑAR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN DE TAL MANERA QUE INFORME, PERSUADA Y LOGRE POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO O SERVICIO Y DESARROLLE EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN ESTABLECIDO.
INTEGRAR AL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN, LAS EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA, DE LOS CLIENTES, LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS A EMPLEAR Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL PÚBLICO OBJETIVO.
CREAR IDEAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL PARA UN PRODUCTO O SERVICIO DETERMINADO
REDACTAR TÉCNICAMENTE TEXTOS PARA CUALQUIER MEDIO.
VISUALIZAR TÉCNICAMENTE IDEAS DE UN PRODUCTO O SERVICIO PARA CUALQUIER MEDIO.
ELABORAR EL LAYOUT DE ACUERDO CON LA PIEZA O MATERIAL EN LA QUE SE VA A PRESENTAR Y EL MEDIO EN EL QUE SE PAUTA.
DEFINIR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS A DESARROLLAR, DE ACUERDO CON EL PLAN DE COMUNICACIÓN, LA IMAGEN CORPORATIVA, EL MEDIO SELECCIONADO Y EL DISEÑO APROBADO.
ESTABLECER LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DESDE EL MERCADO, EL PRODUCTO, LA COMPETENCIA, LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y CORPORATIVAS.
PRODUCIR TÉCNICAMENTE PIEZAS GRÁFICAS, AUDITIVAS Y AUDIOVISUALES DE ACUERDO CON EL MEDIO EN EL CUAL VA A SER COLOCADO EL MATERIAL O LA PIEZA PUBLICITARIA.
DISEÑAR LOGOTIPOS Y CREAR IMÁGENES CORPORATIVAS, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA EMPRESARIAL.
UTILIZAR GRAFICADORES DIGITALES DE DISEÑO PARA LA PRODUCCIÓN DEL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

VERIFICAR QUE LOS MATERIALES CUMPLAN LAS NORMATIVIDADES LEGALES VIGENTES
IDENTIFICAR LA VALORACIÓN ESTABLECIDA A CADA UNO DE LOS ELEMENTOS QUE INTEGRAN LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA EN LA EMPRESA.
DEFINIR LOS MÉTODOS PROMOCIONALES A DESARROLLAR, DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.
DETERMINAR EL PRESUPUESTO ASIGNADO A CADA UNA DE ELEMENTOS DE LA MEZCLA PROMOCIONAL.
IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LAS TIPOLOGÍAS DE COMPORTAMIENTO Y VARIABLES DE SEGMENTACIÓN, LA ÉPOCA Y EL LUGAR DONDE SE REALIZAN.
DISEÑAR LA CAMPAÑA PROMOCIONAL A PARTIR DE LA INFORMACIÓN DE LOS PROVEEDORES, LA FUERZA DE VENTAS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS
IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
DEFINIR LOS OBJETIVOS PROMOCIONALES DE ACUERDO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.
DEFINIR LOS TIPOS DE PROMOCIÓN A REALIZAR DE ACUERDO AL OBJETIVO DE COMUNICACIÓN, AL TIPO DE PRODUCTO Y AL MERCADO.
MEDIR LOS RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES PROMOCIONALES ESTABLECIDAS, FRENTE A LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Conocimiento del concepto:

PLAN DE MERCADEO
COMPONENTES DEL PLAN DE MERCADEO.
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.
OBJETIVOS Y METAS DEL PLAN DE MERCADEO
ESTRATEGIAS DE MERCADEO ESTABLECIDAS EN EL PLAN
PROGRAMA DE ACCIÓN DEL PLAN DE MERCADEO
PRESUPUESTOS ASIGNADOS AL PLAN
CONTROLES DEL PLAN
COMPETENCIA
ESTRATEGIAS DE LA COMPETENCIA
LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA

PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA
EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA: ELEMENTOS Y OBJETIVOS.
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
LA AUDIENCIA OBJETIVO
LA SELECCIÓN DEL MENSAJE
MECANISMOS DE CONTROL DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

BRIEF
CONCEPTO, OBJETIVO Y COMPONENTES
INFORMACIÓN GENERAL BÁSICA
REQUERIMIENTOS A LA PUBLICIDAD
CONDICIONANTES PARA LA AGENCIA
PLANNING REQUERIDO

LA CAMPAÑA
TIPOS, OBJETIVOS, FINALIDAD Y ENFOQUE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE CAMPAÑA
ESTRATEGIA CREATIVA
ESTABLECIMIENTO DE METAS
ESTRATEGIAS GEOGRÁFICAS
POSICIONAMIENTO
GRUPO OBJETIVO
ESTRATEGIA DE MEDIOS
MATERIALES Y PIEZAS PUBLICITARIAS
EL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA
APROBACIÓN DE LA CAMPAÑA
LA CAMPAÑA EN ACCIÓN
MEDICIÓN DE LA EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA
EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA.
REGLAMENTACIÓN LEGAL SOBRE REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS

COMUNICACIÓN
CONCEPTO, IMPORTANCIA Y ESTRATEGIA
ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO
TÉCNICAS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD Y DESARROLLAR IDEAS
BARRERAS DEL PENSAMIENTO CREATIVO
LA IDEA A COMUNICAR
EL MENSAJE: TIPOS, ESTRUCTURA
REDACCIÓN DEL TEXTO
VISUALIZACIÓN DE LA IDEA
LAYOUTS
SLOGAN
LOS COPY WRITTER PARA ESCRITORIOS, MEDIOS AUDITIVOS, VISUALES Y AUDIOVISUALES
TIPOS DE PIEZAS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN

ELABORACIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS
CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, TIPOS DE PIEZAS Y MATERIALES PUBLICITARIOS
DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL, PUBLICITARIO Y P.O.P.
PRINCIPIOS DE DISEÑO.
TEORÍA DEL COLOR.
LA PERSPECTIVA.
VOLUMEN Y TEXTURA.
ABSTRACCIÓN Y PROCESO CREATIVO.
PRODUCCIÓN DE MEDIOS GRÁFICOS: EL BOCETO LAYOUT, BOCETO ARTE PARA REVISTA Y PRENSA, ILUSTRACIÓN Y DISEÑO DE MARCA Y LOGOTIPO.
PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDITIVOS: LAS IMÁGENES AUDITIVAS, EL SONIDO, LA VOZ Y LA MÚSICA
PRODUCCIÓN DE MEDIOS VISUALES: LA IMAGEN, LA FOTOGRAFÍA Y LA COMPOSICIÓN DE IMÁGENES.
PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES: CINE, VIDEO TAPE, GRABACIÓN, EDICIÓN, EFECTOS Y MUSICALIZACIÓN
LOGOTIPOS Y LOGOSÍMBOLOS.
DISEÑO POR COMPUTADOR: LENGUAJES GRAFICADORES DIGITALES (COREL DRAW, PAGE MAKER, FLASH, DREAMWEAVER, FIREWORKS).
ASPECTOS LEGALES Y COMERCIALES PARA LA ELABORACIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN.

EL PROGRAMA PROMOCIONAL
CONCEPTO, NATURALEZA, SIGNIFICADO E IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

EL PROGRAMA PROMOCIONAL Y LA COMUNICACIÓN
POR QUÉ ES NECESARIA LA PROMOCIÓN
MÉTODOS PROMOCIONALES Y MEZCLA PROMOCIONAL

LA PUBLICIDAD
COMPONENTES, TIPOS Y FUNCIONES
LA PUBLICIDAD SUBLIMINAL
PUBLICIDAD INDIRECTA

LA VENTA PERSONAL RELACIONES PÚBLICAS

LA PROMOCIÓN DE VENTAS
EL PRESUPUESTO PROMOCIONAL
IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA PROMOCIONAL
EL CONCEPTO DE CAMPAÑA EN LA PROMOCIÓN.
PASOS EN LA PLANEACIÓN DE LA PROMOCIÓN
OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN, LOS OBJETIVOS PROMOCIONALES.
ELEMENTOS QUE INTEGRAN LA PROMOCIÓN, LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES, ORGANIZAR (LA EMPRESA) PARA LA PROMOCIÓN
LA AUDIENCIA. EL MENSAJE
TIPOS DE PROMOCIONES, NIVELES DE PROMOCIÓN.
PROMOCIÓN AL CONSUMIDOR.
LA EXHIBICIÓN Y LAS PROMOCIONES EN PUNTO DE VENTA.
REDENCIÓN PROMOCIONAL
LEGALIZACIÓN PROMOCIONES (O.N.L.A.E.)
SEGURO DE CONTINGENCIAS (EXCESO DE ÉXITO).
PROTOCOLIZACIONES Y NOTARIO.
GESTIÓN DE LOS MEDIOS DE RESPUESTA (APARTADO, CORREOS, TELÉFONO, FAX. E-MAIL, INTERNET).
GESTIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGO.GESTIÓN DE DEVOLUCIONES E INCIDENCIAS.
AUTOLIQUIDABLES
PROMOCIONES COSTO-0.
MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS Y EMPRENDER LAS ACCIONES CORRECTIVAS NECESARIAS
REGLAMENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES.

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS RELACIONADOS CON:PUBLICIDAD, MERCADOTECNIA, MERCADEO Y PUBLICIDAD Y MERCADEO PUBLICIDAD Y VENTAS Y EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS, TALES COMO: ECONOMÍA; ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ESPECIALIZACIÓN EN MERCADEO O PUBLICIDAD.

EXPERIENCIA LABORAL:

EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON MERCADEO Y PUBLICIDAD MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:
- IDENTIFICAR LOS PROCESOS BÁSICOS PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS DE COMUNICACIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DEL CLIENTE.
- DISEÑAR CASOS SIMULADOS PARA EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: COMUNICACIÓN CON BASE EN EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA.
- ESTRUCTURAR MODELOS PEDAGÓGICOS PARA LA SIMULACIÓN DE SITUACIONES EMPRESARIALES RELACIONADAS CON EL DISEÑO DE PROMOCIONES DE ACUERDO CON EL PRODUCTO Y/O SERVICIO Y CON EL TIPO DE EVENTO.
- ORGANIZAR PROCESOS PEDAGÓGICOS PARA LA EJECUCIÓN DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DEL EVENTO DE ACUERDO CON EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN SELECCIONADO.
- TRABAJAR EN EQUIPO.
- USAR LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.
- FORMULAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROYECTOS.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22839
Nombre del resultado: INDAGAR EN EL BRIEF LOS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES PARA EL DISEÑO DE LA CAMPAÑA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22840
Nombre del resultado: IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22841
Nombre del resultado: PRODUCIR EL MENSAJE DE COMUNICACIÓN PARA LA CAMPAÑA A PARTIR DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22842
Nombre del resultado: IDENTIFICAR LAS OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO, LA INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LOS DIFERENTES ESTUDIOS, EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO Y LOS RECURSOS ASIGNADOS.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 22843
Nombre del resultado: ELABORAR EL PLAN DE LA CAMPAÑA TENIENDO EN CUENTA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN GENERADA EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN POR LOS DIFERENTES ACTORES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22844
Nombre del resultado: DETERMINAR LA VALIDEZ DEL PLAN DE COMUNICACIÓN, FRENTE AL PLAN DE MERCADEO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22845
Nombre del resultado: IDENTIFICAR EN EL PLAN DE MERCADEO LA POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA ESTABLECIDA A TRAVÉS DE LOS OBJETIVOS, METAS Y
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22846
Nombre del resultado: REALIZAR LOS MATERIALES Y LAS PIEZAS PUBLICITARIAS APLICANDO LAS TÉCNICAS REQUERIDAS PARA CADA UNO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3369

Nombre de la competencia: MEDIR LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE ACUERDO CON LAS METAS DE VENTAS.

Criterio de evaluación: - IDENTIFICA LOS DIFERENTES TIPOS DE CANALES, SEGÚN EL MERCADO Y EL TIPO DE PRODUCTO, ESTABLECIENDO LAS POLÍTICAS DE VENTAS ACORDES CON EL CANAL SELECCIONADO.
- ESTABLECE LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS FACTORES DETERMINANTES DE RENTABILIDAD DE UN PRODUCTO RESPECTO A SUS RESULTADOS DE VENTAS EN LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES IMPERANTES EN EL MEDIO.
- INTERPRETA EL COMPORTAMIENTO DE LOS MÁRGENES NETOS Y COMISIONES DE ACUERDO CON LAS VENTAS DE UN PRODUCTO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DEL CANAL.
- ANALIZA LOS CAMBIOS EN LOS MÁRGENES DE UTILIDAD DE ACUERDO CON EL GRADO DE PARTICIPACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL CANAL Y LOS RESULTADOS DE VENTAS FRENTE A LOS VALORES ESPERADOS.
- VERIFICA LOS INFORMES DE VENTAS CONFRONTÁNDOLOS CON LAS METAS ESTABLECIDAS EN EL PLAN DE MERCADEO.
- VALORA LOS INDICADORES DE DESEMPEÑO PARA UN PRODUCTO ESTABLECIDO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE VENTAS Y EL CANAL ELEGIDO PARA SU DISTRIBUCIÓN.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- APLICA LAS TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN DE CRECIMIENTO DE UN PRODUCTO EN EL MERCADO EN RELACIÓN CON SUS VOLÚMENES DE VENTA, DE ACUERDO CON LOS MÁRGENES NETOS Y COMISIONES DE VENTAS ALCANZADAS EN EL CANAL.
- ANALIZA LAS CARACTERÍSTICAS Y TENDENCIAS DE LA DEMANDA DE UN PRODUCTO ESPECÍFICO DE ACUERDO CON LOS INFORMES DE VENTAS, LOS DE LA COMPETENCIA Y CON LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN DEL MERCADO, MIDIENDO LA EFECTIVIDAD DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN SELECCIONADO.
- ORGANIZA CON AUTONOMÍA EL ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS EN LOS DIFERENTES CANALES UTILIZADOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.
- VERIFICA LAS CONDICIONES FÍSICAS DE LAS MERCANCÍAS, QUE PERMITA EJECUTAR PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN RENTABLES PARA EL CANAL.
- ESTABLECE LAS DIFERENCIAS QUE EXISTEN EN LA DETERMINACIÓN DE TARIFAS Y FLETES DE MERCANCÍAS, DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES DE MANEJO DE LOS PRODUCTOS Y COBERTURA DEL CANAL, SELECCIONANDO LOS MEDIOS Y MODOS DE DISTRIBUCIÓN QUE GENEREN RESPUESTA EFICIENTE AL CLIENTE.
- RECONOCE LOS ELEMENTOS DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN PARA UN PRODUCTO DADO, DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO, CON EL CANAL ELEGIDO Y CON LOS RESULTADOS DE LAS VENTAS.
- EVALÚA LOS COSTOS RELATIVOS A UN PRODUCTO FRENTE A SUS RESULTADOS DE VENTAS EN EL CANAL SELECCIONADO, TENIENDO EN CUENTA LOS NIVELES DE INTERMEDIACIÓN INVOLUCRADOS EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN Y SU RENTABILIDAD EN LAS OPERACIONES DE DISTRIBUCIÓN.
- DEFINE INFORMACIÓN ADECUADA PARA PRONOSTICAR PEDIDOS, DE ACUERDO CON LA DEMANDA DEL MERCADO, VALORANDO LOS MÁRGENES DE UTILIDAD SEGÚN EL TAMAÑO DE LOS PEDIDOS.
- APLICA TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS ADECUADOS, PARA ATENDER LAS RUTAS ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN, QUE CONTRIBUYEN A LA OPTIMIZACIÓN DEL PRESUPUESTO ESTABLECIDO DE DISTRIBUCIÓN Y RESPONDEN A LOS OBJETIVOS COMERCIALES DEL CANAL.
- ESTABLECE LOS FLUJOS DE TRANSFERENCIA DE PROPIEDAD PARA UN PRODUCTO DADO, DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DEL CANAL Y LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES INHERENTES A LAS ACTIVIDADES DE DISTRIBUCIÓN.
- UBICA LOS PUNTOS DE VENTA ESTIMADOS PARA UN PRODUCTO, DE ACUERDO CON EL TIPO DE DISTRIBUCIÓN Y LOS OBJETIVOS DE MERCADEO, QUE SE HAYAN PRESUPUESTADO PREVIAMENTE EN EL COSTO LOGÍSTICO PARA EL CANAL ELEGIDO.
- REALIZA INFORMES CONFIABLES SOBRE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES Y LOS FLUJOS DE FINANCIACIÓN QUE SE DESARROLLAN EN EL CANAL ESTABLECIDO PARA UN PRODUCTO DADO, TENIENDO EN CUENTA LA PARTICIPACIÓN DE LOS DIFERENTES MIEMBROS Y QUE LE PERMITEN

Conocimiento del proceso:

- EVALUAR EL CANAL CON BASE EN VOLÚMENES DE PEDIDO, CUOTAS DE VENTAS, NIVELES DE INVENTARIOS, TIEMPOS DE ENTREGA AL CLIENTE, METAS ESTABLECIDAS POR LA EMPRESA Y RELACIÓN COSTO BENEFICIO.
- EVALUAR LA RENTABILIDAD DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PREVIAMENTE AL LANZAMIENTO DE UN NUEVO PRODUCTO CON BASE EN EL TIPO DE PRODUCTO, SU CICLO DE VIDA Y LA NATURALEZA DE LA DEMANDA.
- EVALUAR LA UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS SEGÚN EL GRADO DE PENETRACIÓN Y LA DIMENSIÓN Y POSICIÓN COMPETITIVA DEL CANAL.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

- CONSIDERAR LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN, ESPACIO, PRODUCTOS PARA MEDIR LA RENTABILIDAD DEL CANAL.
- CONTROLAR LA RENTABILIDAD DE LOS PRODUCTOS, TERRITORIOS Y CLIENTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN EL PRESUPUESTO DE DISTRIBUCIÓN.
- CONSTRUIR LAS TABLAS DE VALORACIÓN DE LOS CANALES ESCOGIENDO LOS FACTORES DE PESO, CALIFICACIÓN, VALOR, TAMAÑO, CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD QUE LA EMPRESA CONSIDERA IMPORTANTES PARA LA DIMENSIÓN ATRACTIVA DEL MERCADO.
- CONSIDERAR LOS COSTOS DE NÓMINA, MANTENIMIENTO, COMBUSTIBLE, DOTACIONES Y FLETES PARA LA EVALUACIÓN DEL COSTO DE DISTRIBUCIÓN.
- COMPARAR LOS COSTOS O GASTOS COMUNES A VARIAS LÍNEAS O SECCIONES, CON LAS METAS DE VENTAS PARA CONOCER EL RESULTADO DE CADA SEGMENTO.
- ANALIZAR LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN EN FUNCIÓN DE LOS PRODUCTOS, LAS ZONAS, LOS TIPOS DE CLIENTES, LOS SISTEMAS DE VENTAS Y LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.
- AGRUPAR LAS CUENTAS DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN EN FUNCIONES DE INVESTIGACIÓN, VENTAS, ENTREGA, ALMACENAMIENTO Y CRÉDITO, ANTES DE SER EVALUADAS.
- EVALUAR EL COSTO TOTAL DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN TODOS LOS COSTOS Y GASTOS NECESARIOS PARA CUMPLIR LAS POLÍTICAS DE EJECUCIÓN DE SERVICIOS PROGRAMADAS EN EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA.
- ANALIZAR LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN INCLUYENDO COSTOS DE ADMINISTRACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIACIÓN DE LOS FABRICANTES E INTERMEDIARIOS.
- INTERPRETAR LOS COSTOS DE DISTRIBUCIÓN A PARTIR DE LOS INDICADORES DE EFICIENCIA EN RELACIÓN CON LAS VENTAS.

TENER EN CUENTA LOS COSTOS DE ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y GESTIÓN DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PARA DETERMINAR EL COSTO

Conocimiento del concepto:

POLÍTICA DE VENTAS.
CANALES DIRECTOS DE VENTAS. EQUIPOS DE VENDEDORES.
CANALES INDIRECTOS. SOCIOS DE VALOR AGREGADO. DISTRIBUIDORES.
CANALES DIRECTOS DE MERCADEO. TIENDAS DETALLISTAS
TELEMERCADEO, INTERNET
SALARIOS DE LA FUERZA DE VENTAS, COMISIONES Y GASTOS.
RECEPCIÓN, ALMACÉN, PREPARACIÓN DEL PEDIDO, EMBARQUE, PROMOCIÓN.
FACTORES DETERMINANTES DE LA RENTABILIDAD: VARIABLES INSTRUMENTALES, VARIABLES BÁSICAS, LÍNEAS Y SECCIONES DE PRODUCTOS.

MÁRGENES NETOS Y COMISIONES.
MÁRGENES DE UTILIDAD SOBRE EL COSTO, SOBRE EL PRECIO DE VENTA
ÍNDICE DE DESCUENTO, RAZÓN PORCENTUAL DE DESCUENTO
CADENA DE MÁRGENES DE UTILIDAD: FABRICANTE, MAYORISTA, DETALLISTA
INDICADORES DE EFICIENCIA. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.
TASA DE FIDELIDAD. CARTERA DE PEDIDOS.
TASA DE DIVERSIFICACIÓN.
INDICADORES DE DESEMPEÑO DE LOS CANALES.
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. VALOR DEL CLIENTE EN UN CICLO DE TIEMPO.
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ESPERADO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

DISTRIBUCIÓN
CONCEPTO DE TARIFAS. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA TARIFA. CLASES DE TARIFAS.
LAS TARIFAS Y EL CÁLCULO DE FLETES. COTIZACIONES DE FLETES.
VALOR RELATIVO AL COSTO DE LOS INSUMOS. VALOR Y ESCASEZ DE RECURSOS.
VALOR E INCERTIDUMBRE DEL MERCADO

MARGEN DE INTERMEDIACIÓN
UTILIDAD NETA DEL CANAL EN EL NIVEL CERO (0) DE INTERMEDIACIÓN.
UTILIDAD NETA DEL CANAL EN EL NIVEL UNO (1) DE INTERMEDIACIÓN.
UTILIDAD NETA DEL CANAL EN EL NIVEL DOS (2) DE INTERMEDIACIÓN.
UTILIDAD NETA DEL CANAL EN EL NIVEL TRES (3) DE INTERMEDIACIÓN.

MARGEN DE RENTABILIDAD
MARGEN SOBRE EL COSTO TOTAL DE DISTRIBUCIÓN.
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN: RENTABILIDAD DE ACUERDO CON EL TAMAÑO DE PEDIDO.
DECISIONES PARA DETERMINAR LAS RUTAS DE ENTREGA.
SELECCIÓN ENTRE CANALES DE DISTRIBUCIÓN ALTERNATIVA.
CONTROL DEL CANAL. POSESIÓN DE PRODUCTO. POLÍTICA DE PRECIOS. ENTREGA DE PRODUCTOS.
UBICACIÓN EN LOS PUNTOS DE VENTA. PLAZOS DE ENTREGA. ROTACIÓN DEL PRODUCTO.

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LA ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN, TALES COMO EN MERCADEO, ECONOMIA, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DIRECCIÓN COMERCIAL , MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- RECONOCER LA INTERRELACIÓN DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA RENTABILIDAD DE UN CANAL DE DISTRIBUCIÓN, SEGÚN SU ACTIVIDAD COMERCIAL.
- DISEÑAR MODELOS DE SIMULACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS Y SU INCIDENCIA SOCIAL DE ACUERDO CON LA REGLAMENTACIÓN SANITARIA, AMBIENTAL Y DE IMPACTO SOCIAL VIGENTE.
- ESTRUCTURAR SITUACIONES PROBLÉMICAS SOBRE TENDENCIAS DEL MERCADO CON ÉNFASIS EN EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA Y LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS, DE ACUERDO CON RESULTADOS DE VENTAS.
- ESTABLECER PROCEDIMIENTOS PEDAGÓGICOS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES SOBRE ANÁLISIS DE PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL MERCADO SEGÚN SU CICLO DE VIDA COMERCIAL.
- CONSTITUIR CASOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD, MARCA, IMAGEN, NIVEL TECNOLÓGICO Y MÁRGENES DE UTILIDAD DE LOS INTERMEDIARIOS.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: EN LA CALIDAD DEL SERVICIO Y EFECTIVIDAD DEL SERVICIO.
- DETERMINAR PROCEDIMIENTOS PEDAGÓGICOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN LOS RESULTADOS DE VENTAS Y LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22847
Nombre del resultado: ESTABLECER LA PERTINENCIA DEL CANAL SEGÚN EL MERCADO, PORTAFOLIO DE PRODUCTOS, ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA, OBJETIVOS, METAS Y RESULTADOS COMERCIALES DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22848
Nombre del resultado: EVALUAR LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN CADA CANAL SEGÚN LA ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA Y LOS OBJETIVOS COMERCIALES DE LA
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22849
Nombre del resultado: CLASIFICAR Y ANALIZAR LOS COSTOS Y GASTOS ASOCIADOS AL CANAL DETERMINANDO SU PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN Y SU PONDERACIÓN CON RELACIÓN A LA CONSOLIDACIÓN DE LA VARIABLE PLAZA DE LA EMPRESA Y SU INCIDENCIA EN LOS RESULTADOS COMERCIALES DE LA
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22850
Nombre del resultado: CALCULAR LA RENTABILIDAD DEL CANAL IMPLEMENTADO, TENIENDO EN CUENTA LOS PARÁMETROS DE COSTOS Y GASTOS QUE INCIDEN EN SU OPERACIÓN Y FUNCIONAMIENTO Y SU CONTRIBUCIÓN AL ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 1

Nombre de la competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.
Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.
Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.
Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.
Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.
Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva según los requerimientos de los contextos sociales y productivos.
Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.
Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.
Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional.
Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas.
Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.
Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según la naturaleza del problema.
Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales.
Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.
Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.
Aplica los test de condición física según técnicas de medición.
Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico de acuerdo con los métodos de entrenamiento físico.
Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico
Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional.
Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo teniendo en cuenta su

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	proyecto de vida. Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo teniendo en cuenta las competencias ciudadanas. Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral. Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.
Conocimiento del proceso:	Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad. Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas. Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos. Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo. Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral y sustentable. Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa. Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo Resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad. Establecer acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas. Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas. Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral. Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos. Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración. Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos. Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos. Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos. Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test. Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test. Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral
Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico y psicosocial.
Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.
Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo con las políticas de bienestar.
Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia del entorno laboral.
Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.

Conocimiento del concepto:

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura: Concepto, relaciones
- Conceptos de:
- Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad
- Pensamiento creativo
- Inteligencias múltiples
- Formulación y Resolución de problemas
- Procesos de Interpretación, Argumentación y Proposición.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones
- Asertividad
- Lógica
- Coherencia
- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo
- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Comunicación: Concepto, proceso, componentes y funciones
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinésica
- Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralinguística
- Convivencia
- Empatía
- Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías
- Conocimiento Científico
- Recurso renovables y no renovables
- Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Normatividad Ambiental
- Utilización de Tecnologías más Limpias
- Problemáticas Urbanas
- Desarrollo a Escala Humana

Conceptos de público y privado
Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
Técnicas de valoración: definición, tipos, características , selección, aplicación, formulas, baremos, índices
Test: Definición, clases, características, aplicaciones.

- Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.

Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
Series: Definición, Aplicación, Clases
Repetición: Definición y aplicación
Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.
Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación. Manejo.
Ergonomía: Definición, Función, Clasificación, Limitantes, Beneficios, Estándares.
Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
Actividad física: definición ,características, componentes, ventajas
Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos, beneficios, desarrollo.
Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
Integrar: definición, métodos, beneficios, características.
Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto: Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

Perfil del instructor: Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

· Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.

Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.

· Profesional educación física, recreación y deportes.

· Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Experiencia Laboral:

Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38742
Nombre del resultado: ASUMIR ACTITUDES CRÍTICAS , ARGUMENTATIVAS Y PROPOSITIVAS EN FUNCIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER PRODUCTIVO Y SOCIAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3227

Nombre de la competencia: PRODUCIR TEXTOS EN INGLÉS EN FORMA ESCRITA Y ORAL

Criterio de evaluación:
- Saluda en inglés utilizando expresiones de cortesía de acuerdo con el momento del día
- Dramatiza en inglés una historia breve utilizando verbos regulares e irregulares
- Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.
- Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado
- Explica y defiende sus opiniones técnicas en un debate, utilizando expresiones en inglés.
- Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.
- Explica claramente su punto de vista sobre un tema técnico de actualidad en su profesión.
- Explica claramente las ventajas y desventajas de una posible decisión en lo técnico.
- Toma parte activa en debates informales dentro de contextos de trabajo habituales.
- Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.
- Sostiene una conversación con naturalidad, fluidez y eficacia, incluso sobre temas especializados de su profesión.
- Puede iniciar un discurso, tomar la palabra, y terminar una conversación técnica de su profesión.
- Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.
- Puede extraer información adecuada y precisa y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión.
- Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto.
- Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.
- Puede relacionar textos en inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados.
- Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.
- Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explicito.

Conocimiento del proceso:

- Reconocer en lengua inglesa, verbos regulares e irregulares en tiempo presente y pasado
- interpretar mapas utilizando preposiciones de lugar en inglés
- Formular al interlocutor preguntas en tiempo pasado y presente de forma amable y cortés
- Relatar en inglés historias breves en tiempo pasado
- Comprender discursos y conferencias extensas, e incluso seguir líneas argumentales complejas.
- Identificar y extraer información relevante de un discurso o argumentación.
- Identificar las ideas principales y secundarias de un discurso o una argumentación.
- Reconocer vocabulario técnico intermedio
- Comprender programas de televisión, documentales y películas relacionadas con temas de la especialidad y que contengan vocabulario especializado o técnico.
- Participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, tomando parte activa en debates desarrollados sobre temas especializados
- Escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con su especialidad.
- Comprender y seguir los puntos principales de un escrito.
- Analizar y extraer temas importantes de un escrito, así este o no familiarizado con el tema de que se trata el texto.
- Comprender e identificar los contenidos generales y específicos de un texto.
- Identificar significados que no están explícitos en el texto.
- Entender y expresar hechos, ideas y puntos de vista, en una secuencia adecuada y en detalle,
- Presentar a otros y hacer comparaciones.
- Especular sobre eventos, personas y situaciones, así como comentar asuntos que otros le han contado o mencionado.
- Expresar con claridad puntos de vista
- Describir procesos
- Discutir sobre problemas, inconvenientes y dar consejo o instrucciones.
- Hacer recomendaciones.
- Expresar claramente acuerdo o desacuerdo sobre un tema o hecho particular.

Conocimiento del concepto:

* Expresiones: de cortesía, saludos y despedidas de acuerdo con el momento del día
* Tiempos verbales: presente simple, presente progresivo
* Gramática: sustantivos, adjetivos, artículos, demostrativos, pronombres
* Verbos: en presente y pasado; ser o estar, haber, tener, hacer, regulares, irregulares
* Tiempos verbales: presente simple, pasado progresivo

* Vocabulario técnico o temas indispensables:
- Relaciones interpersonales, problemas y preocupaciones
- Descripción de situaciones de trabajo, elementos y equipos de trabajo
- Medios de comunicación aplicados a su ocupación

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- La prensa
- Como expresarse sobre temas técnicos de actualidad.

* Contenidos:

- Used to, en todas las formas
- Perfect present tense: Simple y continuo

Future: Perfecto, simple y continuo

- Simple past tense: modos pasivo y activo
- Simple present tense: modos pasivo y activo
- Modal verbs: Utilizados en suposiciones.
- Adjectives y prepositions: Ubicación
- Ubicacion de Verbos y preposiciones.
- Superlatives: adjetivos y adverbios
- Adverbs conjuntives
- Mixed conditional.
- Expresions: para indicar posesión.
- Clauses: de lugar, tiempo, forma, causa y propósito.
- Adverbs: definidos e indefinidos en Noun Phrases.
- Adquisición de multi-word verbs

Perfil del instructor:

Requisitos Académicos:
Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés. Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:

- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo
- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197931
Nombre de la actividad: ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38745
Nombre del resultado: LEER TEXTOS COMPLEJOS Y CON UN VOCABULARIO MÁS ESPECÍFICO, EN INGLÉS GENERAL Y TÉCNICO
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 38746
Nombre del resultado: IDENTIFICAR FORMAS GRAMATICALES BÁSICAS EN TEXTOS Y DOCUMENTOS ELEMENTALES ESCRITOS EN INGLÉS
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38747
Nombre del resultado: ENCONTRAR Y UTILIZAR SIN ESFUERZO VOCABULARIO Y EXPRESIONES DE INGLÉS TÉCNICO EN ARTÍCULOS DE REVISTAS, LIBROS ESPECIALIZADOS, PÁGINAS WEB, ETC
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38748
Nombre del resultado: COMPRENDER LAS IDEAS PRINCIPALES DE TEXTOS COMPLEJOS EN INGLÉS QUE TRATAN DE TEMAS TANTO CONCRETOS COMO ABSTRACTOS, INCLUSO SI SON DE CARÁCTER TÉCNICO, SIEMPRE QUE ESTÉN DENTRO DE SU CAMPO DE ESPECIALIZACIÓN
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38749
Nombre del resultado: BUSCAR DE MANERA SISTEMÁTICA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y DETALLADA EN ESCRITOS EN INGLÉS, MAS ESTRUCTURADOS Y CON MAYOR CONTENIDO TÉCNICO
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38750
Nombre del resultado: COMPRENDER UNA AMPLIA VARIEDAD DE FRASES Y VOCABULARIO EN INGLÉS SOBRE TEMAS DE INTERÉS PERSONAL Y TEMAS TÉCNICOS
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38751
Nombre del resultado: RELACIONARSE CON HABLANTES NATIVOS EN UN GRADO SUFICIENTE DE FLUIDEZ Y NATURALIDAD, DE MODO QUE LA COMUNICACIÓN SE REALICE SIN ESFUERZO POR PARTE DE LOS INTERLOCUTORES
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38752
Nombre del resultado: REPRODUCIR EN INGLÉS FRASES O ENUNCIADOS SIMPLES QUE PERMITAN EXPRESAR DE FORMA LENTA IDEAS O CONCEPTOS

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3387

Nombre de la competencia: GESTIONAR LAS SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.

Criterio de evaluación:

- REALIZA BOCETOS Y MAPAS SOBRE DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS PARA MONTAJE DE STANDS, CONSIDERANDO LAS ÁREAS DE USO Y FLUJO DE PERSONAS, BIENES Y EQUIPOS, Y FACTORES COMO LA MÚSICA, CALOR, VOLUMEN Y FORMAS QUE DESTAQUEN LA IMAGEN DE LA EMPRESA.

- REALIZA PLANOGRAMAS, DISEÑOS DE VITRINAS Y SITIOS DE EXHIBICIÓN, APLICANDO LAS TÉCNICAS PROPIAS DE EXHIBICIÓN Y VITRINISMO, DE ACUERDO CON LA TEMPORADA, LOS OBJETIVOS DE EXHIBICIÓN Y EL TIPO DE MERCHANDISING.

- IDENTIFICA LOS PASOS A SEGUIR PARA EL MONTAJE DEL STAND EN UN EVENTO, INCLUYENDO, SU ARQUITECTURA EN PUNTO DE VENTA, LAS ENTRADAS Y SALIDAS DEL ESTABLECIMIENTO, EL ACCESO AL ÁREA DE VENTAS Y LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN, DE ACUERDO CON LA DESCRIPCIÓN Y DEFINICIÓN DE MATERIALES REQUERIDOS.

- ESTABLECE LAS EXHIBICIONES DE ACUERDO CON LA POLÍTICA COMERCIAL Y LAS TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN, TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, LA ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DE CLIENTES.

- EXHIBE EL PRODUCTO EN EL PUNTO DE VENTA TENIDO EN CUENTA LA EVALUACIÓN DE LOS INTERESES, SENTIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES, UTILIZANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN, ELEMENTOS DE APOYO VISUAL, MATERIAL P.O.P Y DE COMUNICACIÓN, SEGÚN ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN COMERCIAL.

- REALIZA EL SURTIDO A PARTIR DE LAS DIMENSIONES, LAS ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN, EL ESPACIO FÍSICO, LA DISPONIBILIDAD FINANCIERA, EL PERFIL SOCIOECONÓMICO Y EL VOLUMEN Y CONCENTRACIÓN DE LA CATEGORÍA DE ACUERDO CON EL SEGMENTO DE MERCADO Y LAS NECESIDADES Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES, EL TIPO DE FORMATO Y LA LÍNEA DE PRODUCTOS, LA POLÍTICA DE EXHIBICIÓN Y OBJETIVOS COMERCIALES.

- MIDE LA RENTABILIDAD CONSIDERANDO LAS VARIABLES DE ÁREA DE EXHIBICIÓN, ROTACIÓN DE PRODUCTO, RENDIMIENTO ECONÓMICO POR METRO CUADRADO DE EXHIBICIÓN, LOS ACUERDOS COMERCIALES DE EXHIBICIÓN.

- EVALÚA EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA EXHIBICIÓN EN RELACIÓN CON LA CANTIDAD DE DINERO EN PROPORCIÓN AL ÁREA DEL LOCAL Y LAS MODALIDADES DE EXPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LOS NIVELES Y ZONAS, LOS NUEVOS CLIENTES, LA PARTICIPACIÓN DE LA EXHIBICIÓN EN EL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	REFERENCIAS A PARTIR DE LA RELACIÓN VENTAS-SURTIDO Y EL RENDIMIENTO DEL ESPACIO.
Conocimiento del proceso:	- CONSIDERAR PARA EL DISEÑO DE LOS STANDS FACTORES COMO LA MÚSICA, CALOR, VOLUMEN Y FORMAS QUE DESTAQUEN LA IMAGEN DE LA EMPRESA E IMPACTEN VISUALMENTE A LOS VISITANTES. - CONTEMPLAR EN EL PLANO DEL STAND LAS ÁREAS DE USO Y FLUJO DE PERSONAS, BIENES Y EQUIPOS. - DISEÑAR EL STAND TENIENDO EN CUENTA LAS NORMAS LEGALES Y ACUERDOS COMERCIALES. - PREPARAR EL STAND CONSIDERANDO LAS ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE. - PREPARAR EL STAND A PARTIR DE LA ESTRATEGIA GLOBAL DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA, CARACTERÍSTICAS Y NATURALEZA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS. - DESCRIBIR Y DEFINIR LOS MATERIALES PARA EL STAND DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS Y NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN Y CON SU ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA. - DISEÑAR LA ARQUITECTURA DEL PUNTO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LA IMAGEN CORPORATIVA, LAS INSTALACIONES Y LA FACHADA DEL PUNTO DE VENTA. - DISEÑAR LAS ENTRADAS Y SALIDAS DEL ESTABLECIMIENTO, RESPONDIENDO A LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO. - DISEÑAR EL ACCESO AL ÁREA DE VENTAS Y LAS ÁREAS DE CIRCULACIÓN TENIENDO EN CUENTA LAS ENTRADAS Y SALIDAS, EL ÁREA TOTAL Y LOS MUEBLES A UBICAR DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO. - ORGANIZAR LAS SUPERFICIES DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE CLIENTES Y SU CIRCULACIÓN DENTRO DE LAS SECCIONES, ZONAS Y PUNTOS DE ACCESO. - DISEÑAR EN FORMA AGRADABLE EL ENTORNO EN QUE SE MUEVE EL COMPRADOR PARA APLICAR LAS TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA. - DETERMINAR LA UBICACIÓN DE LOS DIFERENTES SECTORES EN EL PUNTO DE VENTA EN FUNCIÓN DE LA DIAGRAMACIÓN QUE INDUCE A LOS CONSUMIDORES A RECORRER EL LOCAL EN SU TOTALIDAD. - UBICAR LAS SECCIONES DE ACUERDO CON EL TIPO Y CATEGORÍA DE LOS PRODUCTOS Y EL NIVEL DE ROTACIÓN DE LOS MISMOS. - DEFINIR LA EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LA POLÍTICA COMERCIAL Y LAS TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN. - EVALUAR LOS INTERESES, SENTIMIENTOS, EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y MOTIVACIONES DE COMPRA, PREVIO AL MONTAJE DE LAS

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

- DEFINIR LAS EXHIBICIONES TENIENDO EN CUENTA EL TIPO DE PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, LA ROTACIÓN Y EL SEGMENTO DE CLIENTES.

- CONSIDERAR LOS ELEMENTOS DE APOYO VISUAL, MATERIAL P.O.P Y DE COMUNICACIÓN EN LA PREPARACIÓN DE EXHIBICIONES.

L- OCALIZAR LA TEMPERATURA DE LAS VITRINAS O SITIOS DE EXHIBICIÓN, IDENTIFICANDO LOS NIVELES HORIZONTALES Y VERTICALES EN LOS LINEALES.

- DIAGRAMAR LA EXHIBICIÓN EN UN PLANOGRAMA DE ACUERDO CON LAS TÉCNICAS PROPIAS DE LA EXHIBICIÓN.

- DISEÑAR LAS VITRINAS Y SITIOS DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON LA TEMPORADA, LOS OBJETIVOS DE EXHIBICIÓN Y EL TIPO DE MERCHANDISING.

- DISEÑAR LAS VITRINAS Y SITIOS DE EXHIBICIÓN PREVIO ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DE LA EXHIBICIÓN.

- APLICAR LAS TÉCNICAS DE EXHIBICIÓN, VITRINISMO Y CREATIVIDAD PARA EL MONTAJE DE EXHIBICIONES.

- UTILIZAR EL SOFTWARE DE EXHIBICIÓN DE ACUERDO CON EL TIPO DE

Conocimiento del concepto:

- FORMATOS COMERCIALES: TIPO: HIPERMERCADOS, TIENDAS, ALMACENES, SUPERMERCADOS, CASH CARRY, TIENDAS DE DESCUENTO, SUPERETES, MINIMERCADOS.

- CLIENTES: CARACTERÍSTICAS, TIPOS DE CLIENTES SEGÚN FRECUENCIA DE COMPRA, PERSONALIDAD, REPRESENTATIVIDAD PARA LA EMPRESA, SEGMENTOS DE MERCADO.

- PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR: DEFINICIÓN, ELEMENTOS: PERCEPCIÓN OBJETIVA Y SUBJETIVA, COMPRA IMPULSIVA Y REFLEXIVA, CONCEPTO DE IMPLICACIÓN O INVOLUCRAMIENTO.

- PRODUCTOS: CATEGORÍAS Y FAMILIAS, PROPIEDADES O ATRIBUTOS: CARÁCTER PERECEDERO, VOLUMEN, GRADO DE ESTANDARIZACIÓN, EXIGENCIAS DEL SERVICIO Y EL VALOR POR UNIDAD, UBICACIÓN DE ACUERDO A: ROTACIÓN, MARGEN, SEGURIDAD, STOCK, FORMA, VISUALIZACIÓN CATEGORÍAS , CLASIFICACIÓN PARA EXHIBICIÓN: FAMILIAS, FABRICANTES, MARCAS, FORMATOS Y COLORES, PORTAFOLIO Y CARTERA DE PRODUCTOS.
LOS CÓDIGOS EAN/UCC DE UNIDADES DE CONSUMO Y DE UNIDADES DE EXPEDICIÓN.

- ESPACIOS: DISTRIBUCIÓN, LAYOUT, PLANOMETRÍA (NIVELES DE UBICACIÓN DE PRODUCTOS: SUPERIOR, MEDIO SUPERIOR, MEDIO INFERIOR E INFERIOR) ZONAS: A,B, C. ANTROPOMETRÍA, DIAGRAMACIÓN, ESCENOGRAFÍA, NORMAS DE MANEJO, SISTEMAS DE SEÑALIZACIÓN.

- SURTIDO: DIMENSIONES DEL SURTIDO: AMPLITUD, ANCHURA, PROFUNDIDAD Y COHERENCIA
NIVELES DE SURTIDO: DEPARTAMENTOS, SECCIONES, CATEGORÍAS,

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

CRITERIOS SUBJETIVOS DEL SURTIDO: PERCEPCIÓN, VISUALIZACIÓN, ESENCIABILIDAD Y RENTABILIDAD
ROTACIÓN DEL SURTIDO; APLICATIVOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL SURTIDO.

- STAND: DISEÑO, MATERIALES E INSUMOS, FACTORES CONSIDERADOS PARA EL DISEÑO DEL STAND.
TIPOS DE STAND: ILUMINACIÓN DEL STAND, VOLUMEN DEL STAND, FORMA DEL STAND
MANEJO DE CALOR, ILUMINACIÓN Y AMBIENTACIÓN. UBICACIÓN DEL STAND EN EL EVENTO.

- DISEÑOS DE ÁREAS: ÁREAS DE USO DEL STAND O DE LA EXHIBICIÓN. ÁREAS PARA LOCALIZACIÓN DE BIENES Y EQUIPOS (ESTÁTICOS O EN CIRCULACIÓN). ÁREAS DE USO COMÚN. ÁREAS PARA FLUJO Y CIRCULACIÓN DE PERSONAS. SOFTWARE APLICADO A DISEÑO.

- IDENTIDAD CORPORATIVA: FILOSOFÍA, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, IMAGEN DEL PUNTO DE VENTA, IMAGEN CORPORATIVA
PRODUCTOS: CARACTERÍSTICAS, EN EL STAND.
SERVICIO AL CLIENTE: TRIANGULO DEL SERVICIO, MOMENTOS DE VERDAD, CULTURA DEL SERVICIO.
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS DE COMUNICACIÓN.

- MERCHANDISING: DEFINICIÓN, TIPOS, EXTERIOR E INTERIOR.
EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS: POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS. MODOS DE EXHIBICIÓN (ABIERTA. CERRADA. ISLAS, MAMUTS, TORRES, PRESENTACIÓN, GUÍAS, COSTOS). ZONAS DE EXHIBICIÓN: CALIENTE, TEMPLADA Y FRÍA. TEMPERATURA.
VITRINAS: TIPOS: TEMPORADA, ESTACIÓNALES, PROMOCIÓNALES, INFORMATIVAS Y COMERCIALES.
GÓNDOLAS. DIRECCIÓN, LOCALIZACIÓN, VISIBILIDAD Y ATRACTIVO DE LOS PRODUCTOS EN LOS LINEALES PARA LA UTILIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE EXHIBICIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN EL PUNTO DE VENTA. VALORAR LOS NIVELES Y ZONAS DE EXHIBICIÓN PARA MONTAR LA EXHIBICIÓN EN LOS DIFERENTES ESPACIOS DEL PUNTO DE VENTA. TIPOS DE IMPLANTACIÓN: VERTICAL, HORIZONTAL Y MIXTA, FORMAS DE IMPLANTACIÓN: MALLA, CRUZADA Y VRAC, NIVELES DE UBICACIÓN DE PRODUCTOS: SUPERIOR, MEDIO SUPERIOR, MEDIO INFERIOR, INFERIOR, ZONAS, PROGRAMACIÓN DE EXHIBICIONES,
MATERIAL P.O.P.: DISEÑOS Y BOCETOS, CARTELERAS, ROMPE TRÁFICOS, PENDONES, HABLADORES, OTROS.
CREATIVIDAD: DEFINICIÓN, TÉCNICAS. OBJETIVOS COMERCIALES, STOCK DE INVENTARIOS.

- TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DE PUNTOS DE VENTA.

- SOFTWARE ESPECIALIZADO DE EXHIBICIÓN Y MERCHANDISING.

- RENTABILIDAD: MÉTODO DE CÁLCULO, ÍNDICES DE RENTABILIDAD, POR CATEGORÍAS, PRODUCTIVIDAD DE LA CATEGORÍA, IMPACTO ECONÓMICO, PARTICIPACIÓN DE LA EXHIBICIÓN EN EL VOLUMEN DE VENTAS, RETORNO

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: - MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON EL MERCADEO, COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD, ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

- DOS (2) AÑOS EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON GESTIÓN DE SUPERFICIES. REALIZACIÓN DE EVENTOS COMERCIALES, MANEJO DE EVENTOS, AGENCIAS DE PUBLICIDAD, CENTRALES DE COMUNICACIÓN.

COMPETENCIAS:

- DESARROLLA PROCESOS EN COMUNICACIÓN COMERCIAL.
- GESTIONAR SUPERFICIES EN LOS PUNTOS DE VENTA SEGÚN

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197932
Nombre de la actividad: VERIFICAR VIABILIDAD DE PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS A LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22820
Nombre del resultado: DISEÑAR EL STAND Y LOS ESPACIOS DEL EVENTO CONSIDERANDO LOS PASOS A SEGUIR EN SU ELABORACIÓN Y LOS REQUERIMIENTOS UTILIZANDO SOFTWARE APLICADO, SEGÚN EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22821
Nombre del resultado: EVALUAR EL IMPACTO DE LA EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL FLUJO DE PERSONAS Y LAS ESTRATEGIAS CORPORATIVAS APLICANDO LOS INDICADORES QUE MIDAN LA ACEPTACIÓN DEL PÚBLICO SEGÚN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22822
Nombre del resultado: DISEÑAR LA DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ESTABLECIMIENTO TENIENDO EN CUENTA LAS CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS Y TIPO DE NEGOCIO APLICANDO TÉCNICAS DE ANIMACIÓN Y MERCHANDISING EN EL PUNTO DE VENTA SEGÚN LAS SUPERFICIES Y ESTRATEGIAS DE EXHIBICIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Código del resultado: 22823
Nombre del resultado: PRECISAR EL TIPO DE EXHIBICIÓN EN EL PUNTO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO, LA OCASIÓN DE CONSUMO, SU ROTACIÓN, RENTABILIDAD Y EL SEGMENTO DEL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO, A PARTIR DEL PLANOGRAMA APROBADO SEGÚN POLÍTICA COMERCIAL DE LA EMPRESA Y TENDENCIAS DE EXHIBICIÓN DEL MERCADO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 3373

Nombre de la competencia: EVALUAR ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.

Criterio de evaluación:

- IDENTIFICA LAS ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.
- RELACIONA VARIABLES QUE AFECTAN EL ENTORNO DE LA ORGANIZACIÓN.
- DESCRIBE LAS FUNCIONES Y ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.
- ANALIZA ESTRUCTURAS LÓGICAS ORGANIZADAS EN RED PARA DESCOMPONER EL OBJETO DE ESTUDIO EN NUEVOS ASPECTOS DE ANÁLISIS, PARA COMPARARLO Y EVALUARLO FRENTE A VARIABLES DEL ENTORNO.
- REALIZA EL MONITOREO DE RESULTADOS DE ACCIONES DE MERCADEO.
- VERIFICA LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y LA CONFRONTACIÓN Y COMPARACIÓN ENTRE VARIABLES Y FACTORES.
- VERIFICA LAS ACCIONES DE MERCADEO A PARTIR DE LA INFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA DISPONIBLE.
- VERIFICA LAS ACCIONES DE MERCADEO EN UN PORCENTAJE DE LA MUESTRA SEGÚN EL TIPO DE ACTIVIDAD.
- INTERPRETA ESTÁNDARES E INDICADORES DE COMPETITIVIDAD.
- EMPLEA MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA OBTENCIÓN DE UN DIAGNÓSTICO OBJETIVO, PARA EL AJUSTE DE LAS VARIACIONES EN LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO.
- VERIFICA LAS ACCIONES DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.
- RECONOCE LAS TÉCNICAS DE CONTROL PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES EN EL PLAN DE MERCADEO.
- UTILIZA TÉCNICAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN PARA REALIZAR LOS AJUSTES A LAS ACCIONES DE MERCADEO.
- REALIZA AJUSTES A LAS ACCIONES DE MERCADEO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN.
- ORGANIZA EL PLAN DE MONITOREO DE LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN.
- AJUSTA LAS ACCIONES DE MERCADEO DE ACUERDO CON LOS TIEMPOS Y PRESUPUESTOS ESTABLECIDOS. INDICADORES DE GESTIÓN Y LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO.
- DEMUESTRA LAS VARIACIONES DE LOS RESULTADOS DE MERCADEO CON RESPECTO A LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.
- PREPARA LAS RECOMENDACIONES DE AJUSTE A LAS ACCIONES DE MERCADEO.
- REGISTRA E INFORMA LOS RESULTADOS DE LOS AJUSTES REALIZADOS

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

- CARACTERIZA EL OBJETO - SUJETO DE ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO FRENTE A LAS VARIABLES DEL ENTORNO.
- ANALIZA LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO APOYÁNDOSE EN INSTRUMENTOS DE MEDIDA Y TÉCNICAS DE DIAGRAMACIÓN.
- ANALIZA LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO CON BASE EN LAS ORIENTACIONES METODOLÓGICAS Y NORMAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
- ANALIZA LOS RESULTADOS DE MERCADEO UTILIZANDO LOS DIFERENTES MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS.
- COMPARA LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO CON LOS ESTÁNDARES E INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN, RESPECTO A LAS METAS PRESUPUESTADAS.
- DESARROLLA PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES DE RESULTADOS.
- DISEÑA EL TIPO DE INFORME APROPIADO, PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES DE RESULTADOS.
- CONSTRUYE EL INFORME DE RESULTADOS AJUSTÁNDOSE A LA METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE INFORMES.
- DISEÑA INFORMES APOYADOS EN LOS FORMATOS, NORMAS TÉCNICAS Y SOFTWARE EXISTENTES.
- ELABORA EL INFORME EJECUTIVO CON LA SÍNTESIS DEL INFORME FINAL CON LOS PRINCIPALES ASPECTOS DEL ESTUDIO.
- PRESENTA INFORMES QUE CONTENGAN RESULTADOS DE TIPO

Conocimiento del proceso:

CONFRONTAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO FRENTE A LOS ESTÁNDARES E INDICADORES NACIONALES E INTERNACIONALES DE COMPETITIVIDAD ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.

CONFIRMAR LA INFORMACIÓN APLICANDO ESTÁNDARES DE ESTRUCTURAS LÓGICAS ORGANIZADAS EN RED QUE PERMITEN DESCOMPONER EL OBJETO DE ESTUDIO EN NUEVOS ASPECTOS A ANALIZAR.

COMPARAR EL OBJETO- SUJETO DE ANÁLISIS FRENTE A LAS VARIABLES DEL ENTORNO, LA COMPETENCIA Y EL MERCADO.

MONITOREAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO CON BASE EN LAS ORIENTACIONES METODOLÓGICAS Y NORMAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.

VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO SEGÚN LOS DIFERENTES GRADOS DE AMPLITUD Y VINCULACIÓN ENTRE VARIABLES Y FACTORES.

VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO S FRENTE A LAS POLÍTICAS Y OBJETIVOS PLANEADOS, LOS RECURSOS QUE INTERVIENEN Y LA RELACIÓN COSTO- BENEFICIO.

VERIFICAR LA ACCIONES DE MERCADEO A PARTIR DE LOS MANUALES, DIARIOS DE CAMPO, PLANES OPERATIVOS Y SERIES HISTÓRICAS EN RELACIÓN CON LOS ASPECTOS ORGANIZATIVOS, FACULTADES, ATRIBUCIONES, RELACIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL QUE PARTICIPA EN LAS ACTIVIDADES DE MERCADEO.

AJUSTAR LAS ACCIONES DE MERCADEO:
O PERIÓDICAMENTE VERSUS EL DESEMPEÑO DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA NACIONAL E INTERNACIONAL.
O UTILIZANDO LAS TÉCNICAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN.
O FRENTE A LAS POLÍTICAS, OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE LA ORGANIZACIÓN.
O DE ACUERDO CON LOS TIEMPOS Y PRESUPUESTOS ESTABLECIDOS.
O DE ACUERDO CON LOS INDICADORES DE GESTIÓN Y LAS EXIGENCIAS DEL

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

REGISTRAR E INFORMAR LOS RESULTADOS DE LOS AJUSTES A LOS RESPONSABLES.
CARACTERIZAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO
DETERMINAR LOS GRADOS DE AMPLITUD Y VINCULACIÓN DE LOS RESULTADOS DE MERCADEO ENTRE LOS DIFERENTES FACTORES Y VARIABLES.
CARACTERIZAR EL OBJETO - SUJETO DE ANÁLISIS FRENTE A LAS VARIABLES DEL ENTORNO.
ANALIZAR LA INFORMACIÓN APLICANDO ESTÁNDARES DE ESTRUCTURAS LÓGICAS, ORGANIZADAS EN RED, QUE PERMITEN DESCOMPONER EL OBJETO DE ESTUDIO EN NUEVOS ASPECTOS A ANALIZAR.
ANALIZAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO:
O APOYÁNDOSE EN INSTRUMENTOS DE MEDIDA Y TÉCNICAS DE DIAGRAMACIÓN
O CON BASE EN LAS ORIENTACIONES METODOLÓGICAS Y NORMAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.
O UTILIZANDO LOS DIFERENTES MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS.
ORGANIZAR LOS MÉTODOS DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS DE LA OPERACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL.
COMPARAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES RESPECTO A LAS METAS PRESUPUESTADAS Y CORREGIDAS EN FUNCIÓN DEL PRESUPUESTO
COMPARAR LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO CON LOS ESTÁNDARES E INDICADORES ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.
UTILIZAR LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS COMO BASE PARA FIJAR PROCEDIMIENTOS Y ACCIONES CORRECTIVAS EN LOS PROCESOS DE PLANEACIÓN, DIRECCIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN.
PRESENTAR LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS DENTRO DE LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS EN UN INFORME CLARO, CONCRETO, ORGANIZADO Y QUE RESPONDA AL PANORAMA REAL DE LA SITUACIÓN ANALIZADA.
RECOPILAR Y DISPONER LA INFORMACIÓN REQUERIDA PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME Y ESTE GUARDA CORRESPONDENCIA CON LA REALIDAD DE LA ACTIVIDAD O PROCESO.
ESTRUCTURAR LOS INFORMES DE ACUERDO CON EL TIPO DE INFORME Y UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIO.
ELABORAR INFORMES QUE CONTENGAN: ÍNDICE O TABLA DE CONTENIDO CON EL NÚMERO DE PÁGINAS RESPECTIVO, OBJETIVOS, CUERPO, RESULTADOS Y ANEXOS DEL ESTUDIO SOLICITADO POR LA EMPRESA.
ELABORAR LOS INFORMES CON CUADROS, GRÁFICOS Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO.
ELABORAR LOS INFORMES DE ACTIVIDADES CON LOS DATOS PERSONALES, LA FECHA DEL ESTUDIO Y LA FIRMA DEL RESPONSABLE.
DISEÑAR LOS INFORMES APOYADOS EN LOS FORMATOS, NORMAS TÉCNICAS Y SOFTWARE EXISTENTES PARA LA ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS, SEGÚN LAS NECESIDADES Y EXIGENCIAS DE LA EMPRESA Y TIPO DE INFORME
ELABORAR EL INFORME EJECUTIVO CON LA SÍNTESIS DEL INFORME FINAL CON LOS PRINCIPALES ASPECTOS DEL ESTUDIO.
PRESENTAR LOS INFORMES EN FORMA CLARA Y OPORTUNA, CORRESPONDEN A UN PERIODO DE TIEMPO DETERMINADO Y CONTIENEN LAS ACTIVIDADES VINCULADAS AL ESTUDIO.
PRESENTAR INFORMES QUE CONTENGAN RESULTADOS DE TIPO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO SOBRE LA ACTIVIDAD OBJETO DE ESTUDIO Y

Conocimiento del concepto:

- ESTRATEGIAS, POLÍTICAS Y OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.
- TIPOS DE VARIABLES.FUNCIONES DE MERCADEO

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA. FACTORES DEL ENTORNO ECONÓMICO.
- MATRICES DE ANÁLISIS DEL MERCADO.
- METODOLOGÍAS DE VALORACIÓN DE RESULTADOS. ANÁLISIS DE PROGRAMAS FRENTE A RESULTADOS.
- BENCHMARKING.
- TÉCNICAS DE CONTROL Y MONITOREO.COSTOS DE NO CALIDAD. LISTAS DE CHEQUEO.
- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN.
- INTERPRETACIÓN DE MANUALES.INTERPRETACIÓN DE SERIES HISTÓRICAS.
- TÉCNICAS DE CONTROL Y SUPERVISIÓN. TIPOS DE CONTROL: ESTRATÉGICO, ESTRUCTURAL, PRESUPUESTARIO.
- RELACIÓN COSTO BENEFICIO.MANEJO DE CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES.
- INDICADORES DE GESTIÓN. AUDITORIA DE MERCADEO.
- TIPOS DE DATOS: CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.
- ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO.ANÁLISIS DE VARIABLES Y RELACIÓN ENTRE VARIABLES.
- TÉCNICAS DE ANÁLISIS UNIVARIADO Y MULTIVARIADO.
- PROCESO DE TOMA DE DECISIONES.
- CATEGORIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS.ACCIONES CORRECTIVAS.
- TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES.TIPOS DE INFORMACIÓN.CONTENIDOS DE UN INFORME.SOFTWARE PARA LA PRESENTACIÓN DE INFORMES.ELEMENTOS A TENER EN CUENTA EN LA ELABORACIÓN DE INFORMES. PARTES DE UN INFORME.PRESENTACIÓN DE INFORMES DE RESULTADOS.
- INTERPRETACIÓN DE TEXTOS.
- SOFTWARE APLICADO: EXCEL, POWER POINT, SPSS, WORD.
- INGLES.
- ELABORACIÓN DE CUADROS Y GRÁFICAS: HISTOGRAMAS, POLÍGONOS DE

Perfil del instructor:

REQUISITOS ACADÉMICOS:

MÍNIMO TECNÓLOGO EN PROGRAMAS DE FORMACIÓN RELACIONADOS CON LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN DE ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO, TALES COMO: PROFESIONAL EN MERCADEO, ECONOMISTAS, ADMINISTRADORES DE EMPRESA Y CIENCIAS AFINES.

EXPERIENCIA LABORAL:

CON EXPERIENCIA LABORAL EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DIRECCIÓN COMERCIAL , MÍNIMO DE VEINTICUATRO (24) MESES.

COMPETENCIAS:

- IDENTIFICAR LA INTERRELACIÓN DE LOS PROCESOS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DE LA EVALUACIÓN DE ACCIONES Y RESULTADOS DE MERCADEO SEGÚN OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
- REALIZAR AUDITORIAS DE MERCADEO.
- DISEÑAR Y PRESENTAR INFORMES DE ACTIVIDADES.
- ESTABLECER ACCIONES CORRECTIVAS Y MONITOREARLAS.
- DOMINAR LOS REFERENTES TÉCNICO-CIENTÍFICOS Y LEGALES VIGENTES, RELACIONADOS CON LA NORMA DE COMPETENCIA OBJETO DE LA

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Perfil del instructor: FORMACIÓN; YA SEA POR SU PROFESIÓN (NIVEL PROFESIONAL O TECNOLÓGICO), O POR SU DESEMPEÑO LABORAL EN EL ÁREA DE

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197932
Nombre de la actividad: VERIFICAR VIABILIDAD DE PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS A LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 22851
Nombre del resultado: PLANTEAR MEJORAS A LAS ACCIONES DE MERCADEO REALIZADAS PARA LOGRAR MAYOR EFECTIVIDAD Y EFICIENCIA EN LOS PRÓXIMOS PLANES A IMPLEMENTAR.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22852
Nombre del resultado: ANALIZAR RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ACCIONES DE MERCADEO IMPLEMENTADAS, ESTABLECIENDO SU IMPACTO EN EL MERCADO Y SU APORTE AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y METAS DE LA EMPRESA.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22853
Nombre del resultado: SUPERVISAR ACCIONES DE MERCADEO CONTRASTANDO SU APLICACIÓN CON LA PROGRAMACIÓN ESTABLECIDA, LOS RECURSOS ASIGNADOS Y EL TARGET DEFINIDO PARA CADA ACCIÓN.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 22854
Nombre del resultado: PRESENTAR INFORMES DE RESULTADOS DE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO DE LAS ACCIONES DE MERCADEO.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 1

Nombre de la competencia: PROMOVER LA INTERACCIÓN IDÓNEA CONSIGO MISMO, CON LOS DEMÁS Y CON LA NATURALEZA EN LOS CONTEXTOS LABORAL Y SOCIAL

Criterio de evaluación: Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad según principios y valores universales.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:

Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.
Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.
Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.
Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.
Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva según los requerimientos de los contextos sociales y productivos.
Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.
Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.
Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional.
Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas.
Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.
Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según la naturaleza del problema.
Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales.
Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.
Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.
Aplica los test de condición física según técnicas de medición.
Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico de acuerdo con los métodos de entrenamiento físico.
Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico
Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional.
Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.
Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo teniendo en cuenta su proyecto de vida.
Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo teniendo en cuenta las

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Criterio de evaluación:	competencias ciudadanas. Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral. Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.
Conocimiento del proceso:	Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad. Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas. Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos. Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo. Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral y sustentable. Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa. Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo Resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad. Establecer acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas. Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas. Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral. Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos. Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración. Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos. Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos. Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos. Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test. Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test. Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento. Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del proceso:

y psicosocial.
Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.
Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo con las políticas de bienestar.
Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia del entorno laboral.
Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.

Conocimiento del concepto:

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura: Concepto, relaciones
- Conceptos de:
- Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad
- Pensamiento creativo
- Inteligencias múltiples
- Formulación y Resolución de problemas
- Procesos de Interpretación, Argumentación y Proposición.
- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

- Asertividad
- Lógica
- Coherencia
- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo
- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Comunicación: Concepto, proceso, componentes y funciones
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinésica
- Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralinguística
- Convivencia
- Empatía
- Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías
- Conocimiento Científico
- Recurso renovables y no renovables
- Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible
- Normatividad Ambiental

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

· Utilización de Tecnologías más Limpias

· Problemáticas Urbanas

· Desarrollo a Escala Humana

Conceptos de público y privado
Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
Técnicas de valoración: definición, tipos, características , selección, aplicación, formulas, baremos, índices
Test: Definición, clases, características, aplicaciones.
· Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.

Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
Series: Definición, Aplicación, Clases
Repetición: Definición y aplicación
Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.
Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación. Manejo.
Ergonomía: Definición, Función, Clasificación, Limitantes, Beneficios, Estándares.
Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
Actividad física: definición ,características, componentes, ventajas
Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos, beneficios, desarrollo.
Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
Integrar: definición, métodos, beneficios, características.
Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos.
Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Conocimiento del concepto:

Perfil del instructor:

Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

· Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.

Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.

· Profesional educación física, recreación y deportes.

· Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Experiencia Laboral:

Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida.

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197932
Nombre de la actividad: VERIFICAR VIABILIDAD DE PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS A LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38735
Nombre del resultado: APLICAR TÉCNICAS DE CULTURA FÍSICA PARA EL MEJORAMIENTO DE SU EXPRESIÓN CORPORAL, DESEMPEÑO LABORAL SEGÚN LA NATURALEZA Y COMPLEJIDAD DEL ÁREA OCUPACIONAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38736
Nombre del resultado: GENERAR HÁBITOS SALUDABLES EN SU ESTILO DE VIDA PARA GARANTIZAR LA PREVENCIÓN DE RIESGOS OCUPACIONALES DE ACUERDO CON EL DIAGNÓSTICO DE SU CONDICIÓN FÍSICA INDIVIDUAL Y LA NATURALEZA Y COMPLEJIDAD DE SU DESEMPEÑO LABORAL.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Código del resultado: 38738
Nombre del resultado: DESARROLLAR PERMANENTEMENTE LAS HABILIDADES PSICOMOTRICES Y DE PENSAMIENTO EN LA EJECUCIÓN DE LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE.
Etapa LECTIVA
Estado ACTIVO

Competencias relacionadas con el

Código de la competencia: 2
Nombre de la competencia: RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA
Criterio de evaluación:
Conocimiento del proceso:
Conocimiento del concepto:
Perfil del instructor:

Nombre del programa: **DIRECCIÓN DE VENTAS**
Ficha de caracterización: 2828798
Ruta de aprendizaje: TDV 2828798
Código de la ruta: 3260149
Estado de la ruta: ACTIVA

Actividades que comprenden el proyecto:

Código de la actividad: 10197932
Nombre de la actividad: VERIFICAR VIABILIDAD DE PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS A LA
Descripción de la actividad:
Modalidad de formación: PRESENCIAL

Resultados del proyecto:

Código del resultado: 38760
Nombre del resultado: APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN
Etapa PRACTICA
Estado ACTIVO