PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE:

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE:

Denominación del Programa de Formación: MERCADEO Y VENTAS
Código del Programa de Formación: 62330033
Nombre del Proyecto: NO APLICA
Fase del Proyecto: NO APLICA
Actividad de Proyecto: NO APLICA
Competencia: 260101021 REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN

Resultados de aprendizaje

1. Fijar los parámetros y condiciones de negociación según estrategias de la empresa, normatividad y legislación comercial vigente
2. 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.
3. Utilizar estrategia 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

Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos a una experiencia emprendedora en la que descubrirás que el Emprendimiento está en muchas situaciones de tu vida diaria.

Descubrirás que el Emprendimiento ha sido el responsable de cada avance que has tenido en tus estudios, en tu trabajo, en tu deporte y en cada aspecto de tu día a día.

Aprenderás algunos trucos para hacer que ésto siga sucediendo pero de forma más consciente y proactiva.

Atrévete a apoderarte de la llave de tus sueños.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividad de reflexión inicial

Presentación y reflexión de tendencias laborales:

Descripción: Inicia con una breve presentación del instructor y de los aprendices. Después se comparte el vídeo “¿Quieres seguir viviendo como vivías hace 10 años? “ (https://youtu.be/rY0arDtYzX0). Se reflexiona sobre el tema planteando posibles cambios en los roles que supone el área de formación y las implicaciones

que podría significar para lograr ser competentes en el mercado laboral, haciendo énfasis en la necesidad de resolver y superar retos y obstáculos como elementos común en nuestras actividades.

Ambiente requerido:
Presencial: Ambiente de aprendizaje con dotación de sillas, mesas de estudio y sistema audiovisual.
Materiales: Tablero, marcadores, computador, videobeam con amplificación de sonido o televisor.
Alternativa virtual: Computador, tableta o celular, con acceso a internet. Aplicaciones Google Meet y YouTube.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:
Estimado aprendiz en estas actividades se realiaran reconocimiento de aprendizajes previos basado en las siguientes actividades.

3.2.1. Reconociendo saberes previos (actividad de contextualización / saberes previos desde la actitud y familiaridad frente al emprender – cultura emprendedora)

Descripción: El instructor explica el enfoque del curso, la estructura de las actividades a desarrollar y amplía la primera actividad a desarrollar de forma colaborativa (debate “Océanos Azul y Rojo”) invitando a los aprendices a discutir sobre los elementos que consideran deben dominarse para ser exitoso en el área que nos desepeñemos, con énfasis en el abordaje de retos y solución de problemas.

3.2.2. Debate “Océano Azul” (actividad de contextualización / saberes previos en el enfoque de la competencia y los mercados)

Descripción: En grupos de 5 aprendices, y previa lectura de material suministrado por el instructor, presentar el análisis (estudio de caso) de al menos un modelo de empresa exitosa que sea reconocida como exponente de esta estrategia. Este ejercicio busca que los aprendices identifiquen los elementos que ellos reconocen como característicos de una combinación exitosa. En el desarrollo del debate el instructor verifica la percepción de conceptos relacionados con emprendimiento como cliente objetivo, propuesta de valor, tareas y recursos clave, aliados, mezcla de mercadeo (producto, previo, plaza y publicidad / promoción) y su articulación con el cliente, afirmando los aciertos y advirtiendo diferencias conceptuales para proponerlas como objetivo de aclaración en la discusión (y en la formación).
Vídeo de referencia: “Océano Azul/Blue Ocean RESUMEN” (https://youtu.be/je8JZse-yjg)

3.2.3. Juego de Roles (actividad de contexto / saberes previos desde el enfoque de cliente)

Descripción: Se adelanta simulación (taller dinámica) de compra y venta en una secuencia de proveedores – productores – comercializadores hasta clientes, a fin de reconocer los elementos que debe tener una propuesta viable para el cliente. Las reglas del juego las explica el instructor. En grupo, se sacan conclusiones y se debate la generalización a otros escenarios de la vida diaria. Al término del ejercicio, los aprendices reconocen algunos vacíos conceptuales especialmente relacionados con cliente y mezcla de mercadeo. Se acuerda con los aprendices revisar los cambios en percepción sobre estos conceptos durante la formación.

Ambiente dispuesto por formacion complementaria
Materiales; video beam, marcadores, pizarron y alternativa virtual,

3.3. Actividades de apropiación (conceptualización y teorización)
Estas actividades serán desarrolladas en base a los siguientes puntos:

3.3.1 conocer ideas emprendedoras del plan de mercadeo de acuerdo a un modelo de mercado; para alcanzar los resultados de esta actividad debe realizar lo siguiente.

3.3.1.1 Mapa mental de Perfil de Cliente

Descripción: Usando el esquema gráfico típico de Perfil de Cliente o un Excel equivalente, cada equipo de aprendices (grupos de 3 aprendices) identifica los elementos del perfil de cliente de su cliente focal, y diseña una propuesta de valor pertinente con el mismo. Para su sustentación, los aprendices pueden usar distintos recursos gráficos que les faciliten evidenciar la correspondencia (encaje) entre perfil y propuesta. Se contrastan los conceptos afirmados frente a las percepciones al inicio de la formación y se discute sobre su aplicación práctica en los distintos roles de cada participante (proyecto personal, familia, estudio, trabajo, comunidad).

Para complementar la actividad obervar el Vídeo de referencia: “DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR | EL LIENZO” (https://youtu.be/ZCJC1hI6qWQ)

3.3.2 Desarrollar las habilidades comerciales que permitan analizar las necesidades del mercado, de acuerdo a su estructura de costos. **para alcanzar los resultados de esta actividad debe realizar lo siguiente.**

3.3.2.1. Descripción: Cada equipo de aprendices, diseña y desarrolla su modelo de negocio, con su respectiva estructura de costos y el cliente objetivo escogido. Al cierre del ejercicio se debate sobre la articulación necesaria y su relación con la efectividad del proyecto planteado y se discutira sobre la aplicabilidad en retos diarios y posibilidad de adaptación a distintos objetivos e intereses.
Ambiente , materiales y alternativa virtual.

Ambiente dispuesto por formacion complementaria
Materiales; video beam, marcadores, pizarron y alternativa virtual,

3.4. Actividades de Transferencia del conocimiento

Descripción: El aprendiz presenta su idea de negocio en un elevator pitch enfocado en un cliente objetivo, en un inversionista o en un aliado. La presentación se desarrolla grupal, con una evaluación individual. Vídeo de referencia: “Elevator pitch. Tienes 20 segundos – eduCaixa” (YouTube Canal iurisdocTV, Link: https://youtu.be/2b3xG_YjgvI). Al término del ejercicio se debate sobre la importancia de una adecuada presentación (argumentación / sustentación) y los ajustes en función de los intereses de la audiencia objetivo, así como la fluidez, confianza y efectividad de la presentación hecha, frente al objetivo de lograr que la audiencia les “compre” la propuesta.

Ambiente dispuesto por formacion complementaria
Materiales; video beam, marcadores, pizarron y alternativa virtual,

3.5. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de desempeño. Desarrollar taller que permita identificar sus estrategias de negociacion de acuerdo a la legislacion comercial vigente **Evidencia de desempeño.** Desarrollar taller que permita identificar sus estrategias de negociacion de acuerdo a la legislacion comercial vigente. **Evidencia de producto:** Informe sobre el modelo de negocio presentado en la feria empresarial de Candelaria	Presenta y argumenta a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios apoyado con el uso de catálogos, manuales, 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 ♣ 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 ♣ Estructura las condiciones y términos de negociación de acuerdo con políticas gubernamentales, normas de	**Técnica de evaluación: Observación (proyecto individual o grupal)** **- Instrumento: Lista de chequeo.** **Técnica de evaluación: Observación (proyecto individual o grupal)** **- Instrumento: Lista de chequeo.**

	comercio y manuales de envió nacionales e internacionales.	

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

5. **MERCADOTECNIA:** Proceso social y administrativo donde las personas y los grupos intercambian bienes o servicios con terceros dándoles valor agregado, buscando satisfacer las necesidades del cliente y/o usuario, y que genere utilidad para la empresa.
6. **MARKETING MIX:** Está compuesto por las cinco variables: Producto, Precio, Plaza, Promoción y personas que se mezclan entre sí para entregar productos a los usuarios que puedan satisfacer las necesidades de los clientes y usuarios.
7. **MERCADEO:** Según Philip Kotler, el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios, y las actividades que realizan las empresas para promocionar sus productos o servicios.
8. **MERCADO:** describe al ámbito, sitio, lugar o plaza, ya sea físico o virtual, en el cual se generan las condiciones necesarias para **intercambiar o comprar bienes y/o servicios**, por parte de las personas que buscan satisfacer sus necesidades.
9. **MERCADERISTA:** Es la persona encargada de administrar y gestionar la actividad comercial de la empresa en el punto de venta.
10. **IMPULSADORA:** Persona encargada en el punto de venta de promocionar el producto o servicio de un producto nuevo o existente, con el propósito de generar ventas, mover inventarios y generando utilidad para la empresa.
11. **PRODUCTO:** En **marketing**, un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer al consumidor, proporcionándole lo que necesita o lo que desea. Por lo tanto, el producto en este sentido no es sólo material, sino que posee unos **atributos psicológicosy simbólicos** para los consumidores.
12. **NIVEL DE PRODUCTO:** Son los diferentes niveles de satisfacción que ofrece cada producto de acuerdo con sus características y que lo diferencia de la competencia.
13. **COMPRADOR:** Es la persona de adquiere un bien o servicio para Él o un tercero, buscando satisfacer sus deseos o necesidades.
14. **USUARIO:** Es la persona que usa o consume el producto o servicio buscando satisfacer sus necesidades.

15. **CLIENTE:** Un **cliente**, desde el punto de vista de la economía, es una **persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos** que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

16. **PODER DECISORIO:** Es la capacidad que tienen algunas personas en su decisión de compra o la delos demás de forma positiva o negativa.

17. **SENSIBILIZACIÓN:** Tomar conciencia sobre una persona para que valore o perciba el valor dealgo.

18. **SOCIALIZACIÓN:** Promover condiciones que favorezcan un desarrollo integral en los seres humanos. Compartir conocimientos, criterios, opiniones sobre un tema o situación.

19. **APROPIACIÓN:** Tomar como suyo el tema o concepto, adueñarse de él.

20.

21. **APRENDIZAJE COLABORATIVO O SIGNIFICATIVO:** Aprendizaje que construye el conocimiento deforma conjunta, con colaboración entre sus actores, para ponerlo en práctica.

"Océano Azul": Referente al libro "La estrategia del océano azul" (en inglés, Blue Ocean Strategy), es una teoría creada por W. Chan Kim y Renée Mauborgne, ambos profesores de la Escuela de Negocios INSEAD, plasmada en el libro homónimo publicado en 2005.

"Perfil de cliente": del modelo de Alexander Osterwalder (Business Model Generation Canvas), recoge aspectos que describen al cliente por los trabajos que ejecuta, las frustraciones o dolores que sufre y las ganancias o alegrías que experimenta durante una experiencia de cliente / usuario.

"Elevator Pitch": Es una presentación muy breve (no mayor de 5 minutos), concisa y directa, dirigida a un posible cliente, posible aliado o posible inversionista, que busca explicarle quiénes somos, qué hace nuestro proyecto, por qué le conviene unirse (comprarlo) y pretende cerrar con una aceptación positiva.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Canal Antonio Rodríguez de Tembleque - "¿Quieres seguir viviendo como vivías hace 10 años? " (archivo de video). YouTube https://youtu.be/rY0arDtYzX0 .

Canal Euge Oller - DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR | EL LIENZO (14 de octubre de 2016). Perfil del cliente y la propuesta de valor (archivo de vídeo). YouTube. https://youtu.be/ZCJC1hI6qWQ

Canal Alejandra Monterrosa - "Océano Azul/Blue Ocean RESUMEN", (archivo de vídeo). YouTube https://youtu.be/je8JZse-yjg

Canal iurisdocTV - "Elevator pitch. Tienes 20 segundos – eduCaixa" (archivo de vídeo). YouTube https://youtu.be/2b3xG_YjgvI .

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**WILSON MILLAN GARCIA**	**Instructor**	**Coordinación Académica**	**Febrero de 2023**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**FABIO ALEMAR OBANDO**	**Instructor apoyo pedagogico**	**Pedagogia**	**Marzo 31 de 2023**	**Ajuste en actividades de apropiación, criterios de evaluación y actividades de evaluación.**