Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62330031	FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS
VERSIÓN: 2	SECTOR DEL PROGRAMA: SERVICIOS
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 27/11/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	96 horas
JUSTIFICACIÓN:	El programa de formación Complementario FORTALECIMIENTO EN MERCADEO Y VENTAS da respuesta a las necesidades de formación de trabajadores del campo, con capacidad para adaptarse a procesos productivos dinámicos y a las cambiantes condiciones económicas, políticas y sociales del país. El programa de formación permite el desarrollo de conocimientos y habilidades para el sector económico del país, con calidad, pertinencia y eficiencia, aportando al manejo y control del funcionamiento de los sistemas mercadeo y ventas El SENA a través del Programa SENA Emprende Rural, propone al país el desarrollo de acciones que permitan desarrollar competencias técnicas, emprendedoras y empresariales en la población rural, fortalecer a los pequeños productores para su inserción en las cadenas productivas del campo colombiano, creando, acompañando y fortaleciendo iniciativas productivas rurales que generen ingresos, trabajo y aporten a la productividad, así como el promover la generación de excedentes orientados a la recuperación de recursos y el autoconsumo, aportando a la formalización del sector rural mediante la creación de empresas rurales, propendiendo por la creación y fortalecimiento de procesos asociativos, siendo el programa un dinamizador de la generación de empleo e ingresos en la ruralidad del país
REQUISITOS DE INGRESO:	Edad mínima 15 años, población vulnerable sin límite de edad
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: -El instructor - Tutor -El entorno -Las TIC -El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101047	Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Asesorar al cliente
Presentar la propuesta de productos y servicios
Cerrar la venta
Asesorar al cliente
Presentar la propuesta de productos y servicios
Cerrar la venta

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
26010104702 REALIZAR VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONE DEL MERCADO
26010104701 ESTRUCTURAR OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA ESTRATEGIAS Y PROCESO DE
26010104703 EVALUAR EL PROCESO DE VENTA TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
26010104704 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: INTRODUCCIÓN, CONCEPTO, TIPOS Y APLICABILIDAD
SEGMENTO OBJETIVO: CONCEPTO, VARIABLES DE SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y CLASIFICACIÓN DE SEGMENTOS
PERFIL DEL CLIENTE: CONCEPTO, CARACTERIZACIÓN, APLICABILIDAD Y TIPOLOGÍAS, SERVICIOS DE ATENCIÓN, MEDIDAS DE SATISFACCIÓN
CANALES DE COMUNICACIÓN CON CLIENTES: CONCEPTOS, TIPOS Y APLICABILIDAD
ESTRATEGIA DE VENTAS: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y APLICABILIDAD
PLAN DE MERCADEO: CONCEPTO, ESTRUCTURA Y APLICABILIDAD
PROPUESTA COMERCIAL: CONCEPTO, ESTRUCTURA, COMPONENTES, ARGUMENTO DE VENTA.
SISTEMA DE INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL: CONCEPTO ESTRUCTURA, APLICABILIDAD, HERRAMIENTAS DE VENTA
TÉCNICAS DE VENTA: CONCEPTO, TIPOS Y APLICABILIDAD.

SERVICIO AL CLIENTE: DEFINICIÓN, PROCESO Y APLICABILIDAD
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN: CONCEPTO, TIPO Y APLICABILIDAD
MERCHANDISING: CONCEPTOS, TIPOS Y APLICABILIDAD
BENCHMARKING CONCEPTO Y EJEMPLOS.
TÉCNICAS DE VENTAS: CIERRE DEL NEGOCIO, MOTIVACIONES PARA COMPRAR, HÁBITOS DE COMPRA, CLÍNICA DE VENTAS, FIDELIZACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE, PROMOCIÓN DEL PRODUCTO Y CONCEPTOS BÁSICOS DE LA PREVENTA. VENTA DEL PRODUCTO Y POSTVENTA.
FIJACIÓN DE PRECIOS CON BASE EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN Y MÁRGENES DE INTERMEDIACIÓN.
GESTIÓN DE MERCADEO SEGÚN METAS Y OBJETIVOS DE LOS PROPONENTES
FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS, SEGÚN EL TIPO DE COBERTURA DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES
VALORACIÓN DE CONDICIONES, CONFORME CUMPLIMIENTO DE LINEAMIENTOS DEL SERVICIO Y PROCESO DE VENTA
SUSCRIPCIÓN DE ACUERDOS DE VENTA, CONFORME PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS Y POLÍTICA COMERCIALES.

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

REALIZAR DIAGNÓSTICOS DE MERCADOS IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.
CARACTERIZAR LOS CLIENTES.
SELECCIONAR EL SEGMENTÓ DEL MERCADO.
IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES.
FIJAR PRECIOS.
FORMULAR ESTRATEGIAS DE VENTA.
DISEÑAR EL PROCESO DE VENTA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.
PREPARAR PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
ESTABLECER TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN.
UTILIZAR TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.
APLICAR ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN.
INFORMAR LA DISPONIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS Y CONDICIONES DE ENTREGA
CERRAR LA VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
FORMALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA.
REGISTRAR LOS REPORTES DEL PROCESO DE VENTA REALIZADO.
VALORAR LAS CONDICIONES DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
IDENTIFICAR LAS ACTIVIDADES A MEJORAR EN EL PROCESO DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
ESTABLECER ACCIONES DE MEJORA AL PROCESO DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
PLANTEAR PLAN DE MEJORA AL PROCESO DE VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS.
EJECUTAR PLAN DE MEJORA EN LA OFERTA COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CARACTERIZA LOS CLIENTES CON BASE AL DIAGNÓSTICO DE MERCADO REALIZADO.
SELECCIONA LOS SEGMENTOS DE MERCADO APLICANDO LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN Y LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.
ESTRUCTURA LA OFERTA COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL DE LOS CLIENTES Y CONDICIONES DEL MERCADO
PRESENTA LOS PRODUCTOS O SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA EL PORTAFOLIO DEFINIDO POR LA ORGANIZACIÓN.
INFORMA LA DISPONIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE ACUERDO CON EL PORTAFOLIO Y LAS TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN.

REALIZA LA VENTA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SEGÚN POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES DE VENTAS Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN. FORMALIZA EL PROCESO DE LA VENTA SEGÚN LOS PROCEDIMIENTOS Y DOCUMENTOS ESTABLECIDOS. REGISTRA REPORTE DEL PROCESO DE VENTA, TENIENDO EN CUENTA, LAS ESTRATEGIAS DESARROLLADAS EN EL PROCESO DE VENTA. VALORA LAS CONDICIONES QUE SE DESARROLLA EL PROCESO DE VENTA, DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN. SELECCIONA ALTERNATIVAS DE MEJORA PARA EL PROCESO DE VENTA, DE ACUERDO CON LA OFERTA COMERCIAL Y LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS POR LA ORGANIZACIÓN. EJECUTA PLAN DE MEJORA EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES APLICADAS AL PROCESO DE VENTA, DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y CONDICIONES DEL MERCADO.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O PUBLICIDAD Y AFINES; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES. ALTERNATIVA 2. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O PUBLICIDAD Y AFINES; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES; O NBC
Competencias mínimas	DISEÑO CURRICULAR: MARCO CONCEPTUAL, CARACTERÍSTICAS Y TIPOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, METODOLOGÍAS, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS, ESTRUCTURA, COMPETENCIAS, CAPACIDADES, CONOCIMIENTOS, CONFIGURACIÓN DE PERFILES DE INGRESO Y EGRESO. DESARROLLO CURRICULAR: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS SEGÚN NIVELES DE FORMACIÓN, INSTANCIAS, SECUENCIACIÓN DIDÁCTICA, ORDENAMIENTO DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS. DIDÁCTICAS DE LA FORMACIÓN: DEFINICIÓN, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS SEGÚN POBLACIÓN SUJETO, NIVELES DE FORMACIÓN Y MODALIDADES DE ATENCIÓN. BUENAS PRÁCTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA VENTA DE PRODUCTOS BIOSEGURIDAD, PLANES Y PROCEDIMIENTOS INSTALACIONES Y MANEJO DE EQUIPOS DE TECNOLOGÍA MANEJO DE PROCESOS EN ALISTAMIENTO DE PRODUCTOS EN SISTEMAS DE MERCADEO MANEJO DE TÉCNICAS DEL SERVICIO AL CLIENTE TRABAJO EN EQUIPO COMUNICACIÓN ASERTIVA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE LA GESTIÓN DE MERCADOS

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	HAROLDO ANTONIO GONZALEZ	INSTRUCTOR	CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE CORDOBA. REGIONAL CÓRDOBA	27/04/2010
Responsable del diseño	MONICA JANETH MONROY GUZMAN	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	null. REGIONAL HUILA	05/09/2018
Responsable del diseño	JAVIER FERNANDO DULCE VILLARREAL	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO INTERNACIONAL DE PRODUCCIÓN LIMPIA - LOPE. REGIONAL NARIÑO	16/06/2019
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	12/11/2020
Responsable del diseño	MARCOS HERRERA	INSTRUCTOR TECNICO - SER	CENTRO AGROEMPRESARIAL Y DESARROLLO PECUARIO DEL HUILA. REGIONAL HUILA	19/11/2020
Responsable del diseño	EDWIN HERNANDO MAYORGA ECHEVERRY	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA. REGIONAL TOLIMA	19/11/2020
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/11/2020
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	27/11/2020