PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** MERCADEO Y VENTA
- **Código del Programa de Formación:** 62330031
- **Nombre del Proyecto:** *N/A*
- **Fase del Proyecto**: *N/A*
- **Actividad de Proyecto:** *N/A*
- **Competencia**: Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuario

Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

Comprensión del mercado:

- Identificar y analizar los segmentos de mercado y su comportamiento.
- Evaluar las necesidades y preferencias del cliente para diseñar estrategias efectivas.

Planificación estratégica:

- Desarrollar planes de marketing que integren objetivos, estrategias y tácticas de promoción.
- Manejar herramientas digitales para campañas publicitarias y análisis de datos

Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Mercadeo

1. **Identificación del mercado objetivo**:
   - Analizar y segmentar el mercado en función de características demográficas, psicográficas y de comportamiento.
   - Evaluar las necesidades del consumidor y las tendencias del mercado.
2. **Diseño de estrategias de marketing**:
   - Elaborar planes de marketing efectivos, que incluyan estrategias de producto, precio, distribución y promoción.
   - Integrar herramientas digitales y redes sociales en las campañas de mercadeo.
3. **Gestión de marca y posicionamiento**:

- Desarrollar y comunicar la propuesta de valor de una marca para fortalecer su posicionamiento en el mercado.
- Implementar estrategias para incrementar la visibilidad y fidelidad hacia la marca.

4. **Medición y análisis de resultados**:
   - Utilizar indicadores clave de rendimiento (KPI) como ROI, alcance y engagement para evaluar el éxito de las campañas de marketing.
   - Realizar ajustes en las estrategias basados en datos y retroalimentación del mercado.

Ventas

1. **Dominio del proceso de ventas**:
   - Aplicar técnicas efectivas de prospección, negociación y cierre de ventas.
   - Adaptar la presentación de productos o servicios a las necesidades específicas del cliente.
2. **Atención al cliente y fidelización**:
   - Proveer una experiencia de cliente excepcional, fomentando relaciones a largo plazo.
   - Implementar estrategias de fidelización que incrementen la recompra y la lealtad del cliente.
3. **Gestión de relaciones comerciales (CRM)**:
   - Utilizar herramientas de CRM para rastrear y analizar interacciones con los clientes.
   - Generar estrategias basadas en datos para optimizar el desempeño comercial.
4. **Medición del desempeño en ventas**:
   - Analizar indicadores clave como tasa de conversión, ticket promedio y objetivos de ventas.
   - Diseñar estrategias para superar obstáculos y mejorar los resultados del equipo de ventas.

Duración de la Guía: 48 horas.

2. PRESENTACION.

Mercadeo y **ventas** son conceptos clave en el ámbito empresarial, aunque están estrechamente relacionados, tienen enfoques diferentes dentro de un negocio. Aquí está una explicación clara de cada uno:

¿Qué es el Mercadeo?

El **mercadeo** (o marketing) es un conjunto de estrategias, técnicas y procesos orientados a identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes de manera rentable. Su objetivo principal es **crear valor para el cliente** y fomentar relaciones a largo plazo entre la marca y el consumidor.

Funciones principales del mercadeo:

1. **Investigación de mercado**: Identificar y analizar las necesidades, deseos y comportamientos del público objetivo.
2. **Diseño de estrategias**: Crear campañas y planes para atraer y retener clientes mediante herramientas como la publicidad, las promociones y las relaciones públicas.
3. **Creación de valor**: Desarrollar productos o servicios que resuelvan problemas específicos de los clientes.
4. **Posicionamiento de marca**: Establecer una identidad única y memorable en el mercado.
5. **Medición y análisis**: Evaluar el impacto de las campañas a través de indicadores clave como el retorno de inversión (ROI).

¿Qué son las Ventas?

Las **ventas** son el proceso de ofrecer y cerrar transacciones comerciales con los clientes, donde el objetivo principal es persuadirlos de comprar productos o servicios. Este proceso es más directo y enfocado en la **interacción con el cliente para generar ingresos inmediatos**.

Funciones principales de las ventas:

1. **Prospección**: Identificar posibles clientes interesados en el producto o servicio.
2. **Presentación de producto**: Explicar los beneficios y características del producto o servicio de manera atractiva.
3. **Negociación**: Superar objeciones, discutir términos y alcanzar acuerdos satisfactorios para ambas partes.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial.

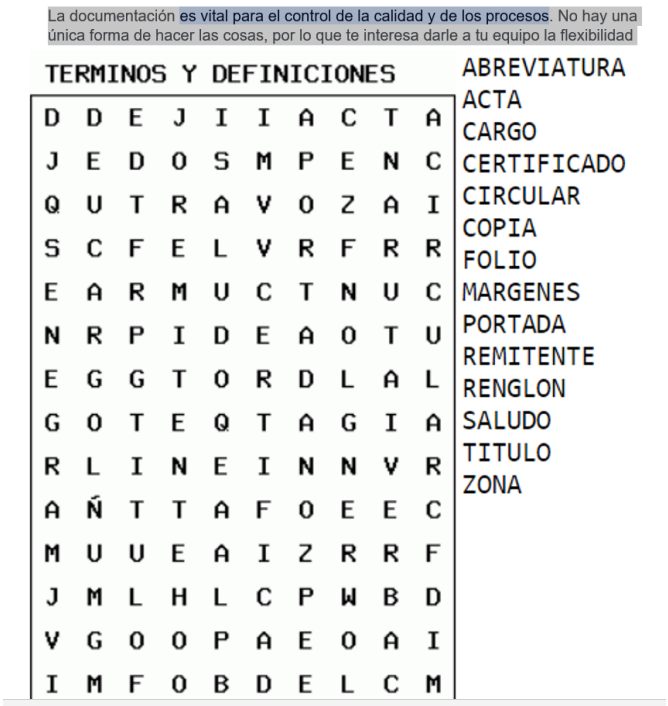
Actividad: Análisis de Videos
El instructor hace la proyección de tres videos relacionados con el tema de el servicio al cliente y los aprendices en grupos colaborativos; visualizan, analizan y realizan un conversatorio del contenido de los videos alojados en los siguientes enlaces: https://youtu.be/tiCIO0y7GgA?si=W_hzOdxZvUfaCTOB, https://youtu.be/egkOLUiEdx4, https://youtu.be/Ff3CKVtQgV0

Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje dotado de equipos audio-visuales
Materiales: Computador con conexión a internet, Microsoft Word o programas que permitan editar texto, cuaderno, lapicero, hoja de block.

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

Actividad: Desarrollar crucigrama. Caracteristicas y habilidades de servicio al cliente

Por medio del material apoyo proporcionado por el instructor, los aprendices solucionan la sopa de letras de las caracteristicas y de servicio al cliente.



Evidencias/producto/resultado/estrategia: Solución física del sopa de letras
Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje dotado de equipos audio-visuales
Materiales: Computador con conexión a internet, Microsoft Word o programas que permitan editar texto, cuaderno, lapicero, hoja de block.

3.3 Actividades de Apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Actividad: Taller habilidades y caracteristicas de un emprendedor

En grupos colaborativos, resolver el siguiente taller dado por el instructor de foma física; donde se tendrá en cuenta para su evaluación la participación activa de cada integrante en el grupo de trabajo.
Y criterios de evaluación tales como:

- Entrega oportuna
- Conocimiento en el abordaje del tema
- Presentación

Identificar las habilidades y características de un emprendedor.

a. Que es un cliente y tipos de cliente
b. Momento de la verdad.
c. Protocolos y normas del servicio
d. El ciclo de la verdad.
e. Realizar un ensayo sobre por que es importante de los canales de atención

3.4 Actividad de transferencia

Actividad: Exposición unidad productiva
En base a los conocimientos adquiridos, los aprendices en grupos colaborativos realizarán la exposición de las clase de clientes que existen ; Teniendo en cuenta los siguientes ítems:

a. Difiniccion
b. Ventajas
c. Desventajas
d. Como se debe atender

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Taller conceptual sobre las los protocolos del servicio al cliente **Evidencias de Desempeño:** Resuelve sopa de letra del tema: sobre servicio al cliente **Evidencias de Producto:** Exposición de clases de clientes	¿Identifica la importancia del servicio al cliente en nuestro entorno ¿Reconoce la importancia de del servicio al cliente? ¿Identifica conceptos de destreza, y habilidades para atender y abordar un cliente o usuarior? ¿Aplica conceptos a soluciones reales?	**Técnica:** **INSTRUMENTO:** Taller **Técnica:** **INSTRUMENTO:** Sopas de letra **Técnica:** **INSTRUMENTO:** Herramientas de presentación

		multimedial

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **SERVICIO:** Es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios raramente incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas

- **CLIENTE:** es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

- **NEGOCIO:** Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio, especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando y vendiendo mercancías o servicios

- **CARACTERISTICA:** Cualidad o circunstancia que es propia o peculiar de una persona o una cosa y por la cual se define o se distingue de otras de su misma especie.

- **HABILIDAD:** Capacidad de una persona para hacer una cosa correctamente y con facilidad.

- **COMPETENCIA:** Disputa entre personas, animales o cosas que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

http://integramarkets.com/publicaciones/ebook-gestion-prospeccion-oportunidades-de-negocio/

Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento & gestión, (26), 94-119.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	Luis Alberto Marulanda Serna	Instructor SENA	Emprendimiento	12/03/2023

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

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