GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN DEL DESARROLLO CURRICULAR
FORMATO PLANEACIÓN PEDAGÓGICA DEL PROYECTO FORMATIVO

Fecha de Elaboración	**13/08/2020**		
Denominación del Programa de Formación	**EMPRENDEDOR EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES.**		
Modalidad de Ejecución	**PRESENCIAL**		
Código y versión del Programa	**63110059 VERSION 1**		
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**FORTALECIMIENTO PARA LA COMERCIALIZACIÓN EFECTIVA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN UNIDADES PRODUCTIVAS Y ASOCIACIONES RURALES DE LA GUAJIRA**		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	**983666**		
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**Nombres y Apellidos** **ANDRES ALFONSO MARTINEZ ROMERO**	**Regional y Centro de formación**	**LA GUAJIRA - AGROEMPRESARIAL Y ACUICOLA**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**	

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			

1. PLANEAR LA EMPRESA O UNIDAD PRODUCTIVA	1.1. RECONOCIMIENTO DE LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y AL ENTORNO COMERCIAL DE LA MISMA	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	DEFINIR LAS TÉCNICAS DE VENTAS EN LA NEGOCIACIÓN, DE ACUERDO A LOS PERFILES DE LOS CLIENTES.	ESTRUCTURAR LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA Y AL ENTORNO COMERCIAL DE LA MISMA. PLANTEAR LA INFORMACIÓN SOBRE GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS. INFORMAR A LOS CLIENTES SOBRE DISPONIBILIDAD Y CONDICIONES DE ENTREGA. PREPARAR ESTRATEGIAS DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. PLANTEAR LAS CONDICIONES DE PAGO, FORMAS DE ENTREGA, TRASLADOS, GASTOS Y COSTOS DE ACUERDO CON EL TIPO DE NEGOCIACIÓN.	50	0	REGISTROS. OBSERVACION DIRECTA, LISTA DE CHEQUEO PRACTICA DE CAMPO.	Aula de clase con capacidad para 25 personas, lotes de trabajo, fincas y prácticas de campo (espacio para la siembra y elaboración de alimentos alternativos). conectividad o vías de acceso transitables que permitan la movilidad	Papel, tablero acrílico. Marcadores borrables, sillas o pupitres.	ANDRES ALFONSO MARTINEZ ROMERO	PRESENTA Y ARGUMENTA A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	Evidencias de Conocimiento : Técnicas de ventas, cierre del negocio, perfil del cliente, motivaciones para comprar, hábitos de compra, clínica de ventas, fidelización y atención al cliente, promoción del producto y conceptos básicos de la preventa. Criterios de Evaluación: Describe e identifica mediante conceptos las Técnicas de ventas, cierre del negocio, perfil del cliente, motivaciones para comprar, hábitos de compra, clínica de ventas, fidelización y atención al cliente, promoción del producto y conceptos básicos de la preventa. Técnicas e Instrumentos de Evaluación: Elaboracion de registros, lista de chequeo, observacion directa, practica de campo.	
2. PRODUCCIÓN (HACER)	2.1. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES.	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	REALIZAR EL PROCESO DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGUIENDO PROCEDIMIENTOS PARA NEGOCIAR UN PRODUCTO O SERVICIO EN UN MERCADO ESPECÍFICO.	DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES. 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. APLICAR ESTRATEGIAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN. LOGRAR LA PARTICIPACIÓN ACTIVA Y CONVICCIÓN DEL CLIENTE MANEJAR LAS SITUACIONES EMBARAZOSAS O DE RIESGO GENERADAS DURANTE LA VENTA. ESTABLECER LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS Y PARÁMETROS FIJADOS POR LA ORGANIZACIÓN Y EL MARCO LEGAL DE DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES. NEGOCIAR LAS CONDICIONES COMERCIALES CON BASE EN EL TIPO DE CLIENTE Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO.	100	0	REGISTROS. OBSERVACION DIRECTA, LISTA DE CHEQUEO PRACTICA DE CAMPO.	Aula de clase con capacidad para 25 personas, lotes de trabajo, fincas y prácticas de campo (espacio para la siembra y elaboración de alimentos alternativos). conectividad o vías de acceso transitables que permitan la movilidad	Papel, tablero acrílico. Marcadores borrables, sillas o pupitres.	ANDRES ALFONSO MARTINEZ ROMERO	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. REALIZA PROCESOS DE NEGOCIACIÓN DE ACUERDO CON BASE EN ASPECTOS LEGALES Y ÉTICOS QUE BENEFICIEN A LAS PARTES Y LA POLÍTICA DE LA ORGANIZACIÓN.	Evidencias de Conocimiento : Producto o servicio: definición, objetivos, tipos, características (intrínsecas, extrínsecas) clasificación (según durabilidad y tangibilidad), clases de bienes, las materias primas y partes manufacturadas. 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. Estrategias de comercialización. Conceptos básicos de merchandising. Criterios de Evaluación: Describe e identifica mediante conceptos los Productos o servicios: definición, objetivos, tipos, características (intrínsecas, extrínsecas) clasificación (según durabilidad y tangibilidad), clases de bienes, las materias primas y partes manufacturadas. Técnicas e Instrumentos de Evaluación: Elaboracion de registros, lista de chequeo, observacion directa, practica de campo.	

3. EVALUACIÓN UNIDAD PRODUCTIVA (VERIFICAR)	3.1. VERIFICACIÓN DE LA VIABILIDAD DEL INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE..	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	EVALUAR EL PROCESO DE NEGOCIACIÓN, TENIENDO EN CUENTA, LAS CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.	INTERPRETAR EL INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE.	25	0	REGISTROS. OBSERVACION DIRECTA, LISTA DE CHEQUEO PRACTICA DE CAMPO.	Aula de clase con capacidad para 25 personas, lotes de trabajo, fincas y prácticas de campo (espacio para la siembra y elaboración de alimentos alternativos). conectividad o vías de acceso transitables que permitan la movilidad	Papel, tablero acrílico. Marcadores borrables, sillas o pupitres.	ANDRES ALFONSO MARTINEZ ROMERO	INTERPRETA MOTIVACIÓN, INTERÉS Y DECISIÓN DE COMPRA POR PARTE DEL CLIENTE.	Evidencias de Conocimiento : Ficha técnica y valor agregado del producto y/o servicio. Criterios de Evaluación: Describe e identifica mediante conceptos las Fichas técnicas y valor agregado de los productos y/o servicios. Técnicas e Instrumentos de Evaluación: Elaboracion de registros, lista de chequeo, observacion directa, practica de campo.	
4. MEJORA PROCESOS (AJUSTAR)	4.1. PLANES DE MEJORA APLICADOS A PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, MUESTRAS, DEGUSTACIONES.	260101021 - REALIZAR NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y CLIENTES, SEGÚN LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS ESTABLECIDAS POR LA ORGANIZACIÓN.	DESARROLLAR PLAN DE CIERRE DE VENTAS PARA APLICARLOS EN LA NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.	REFORZAR LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS CON DEMOSTRACIONES, MUESTRAS, DEGUSTACIONES Y EXHIBICIONES. ESTRUCTURAR LA ARGUMENTACIÓN FRENTE A LAS PREGUNTAS Y OBJECIONES.	25	0	REGISTROS. OBSERVACION DIRECTA, LISTA DE CHEQUEO PRACTICA DE CAMPO.	Aula de clase con capacidad para 25 personas, lotes de trabajo, fincas y prácticas de campo (espacio para la siembra y elaboración de alimentos alternativos). conectividad o vías de acceso transitables que permitan la movilidad	Papel, tablero acrílico. Marcadores borrables, sillas o pupitres.	ANDRES ALFONSO MARTINEZ ROMERO	LEGALIZA LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIONES DE ACUERDO CON LOS INTERESES DE LAS PARTES.	Evidencias de Conocimiento : Venta del producto y postventa. Criterios de Evaluación: Describe e identifica mediante conceptos las Venta de los productos y la postventa. Técnicas e Instrumentos de Evaluación: Elaboracion de registros, lista de chequeo, observacion directa, practica de campo.	