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 Nivel II.
- **Código del Programa de Formación:**63210009
- **Nombre del Proyecto Formativo:**Diseño de planes de mercado para unidades productivas locales.
- **Fase del Proyecto:**N/A.
- **Actividad de Proyecto Formativo:**Participar activamente en la solución de problemas reales del sector productivo.
- **Competencia:**Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.
- **Resultados de Aprendizaje:**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 de Aprendizaje (horas):150 horas.

2. PRESENTACIÓN

¡Bienvenido a la élite del mundo comercial!Usted no está iniciando un curso más; está ingresando a un escenario de transformación profesional donde dejará de ser un "vendedor de productos" para convertirse en un **Consultor Estratégico de Valor**. El mercado actual ya no busca informadores, busca solucionadores de problemas que dominen el arte de convertir una ficha técnica en una experiencia irresistible para el cliente.

A través de esta guía, diseñada bajo un modelo de autonomía y colaboración, usted conquistará las siguientes metas:

- **Dominar la Psicología del Consumidor:**Entenderá quién es su cliente y qué es lo que realmente desea comprar.
- **Argumentación de Alto Impacto:**Aprenderá a traducir las características de cualquier bien o servicio en beneficios que generen deseo y cierre de negocios.
- **Poder Tecnológico:**Integrará las TIC, catálogos digitales y herramientas de vanguardia para potenciar su presentación ante el mercado.
- El sector productivo lo espera para que usted diseñe las soluciones que marcarán el futuro de su unidad productiva. **¿Está listo para transformar su talento en resultados extraordinarios? ¡Comencemos!**

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial

- **Descripción:**Analice la importancia de conocer a fondo un producto antes de ofrecerlo. Participe en el debate: "¿Es posible vender con éxito sin conocer las características intrínsecas del producto?".
- **Estrategia:**Lluvia de ideas y debate dirigido.
- **Duración:**10 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos

- **Descripción:**Identifique en su entorno comercial los tipos de clientes (reales y potenciales) y la segmentación de la población que predomina en su región.
- **Estrategia:**Mapa conceptual sobre segmentación de mercado.
- **Duración:**20 horas.

3.3 Actividades de apropiación

- **Descripción:**Clasifique una línea de productos según su durabilidad, tangibilidad y materias primas. Elabore un cuadro comparativo entre características intrínsecas y extrínsecas.
- **Ambiente:**Ambiente abierto y pluritecnológico.
- **Evidencias:**Matriz de caracterización de productos.
- **Instrumentos:**Lista de chequeo de producto.
- **Duración:**50 horas.

3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento

- **Descripción:**Realice una simulación de venta donde deba contactar a clientes potenciales. Presente los beneficios y características del producto apoyado en catálogos, manuales o navegadores digitales, siguiendo el protocolo de la empresa.
- **Estrategia:**Juego de roles (Role-playing).
- **Evidencias:**Video de la presentación técnica o demostración en vivo.

Duración:70 horas.

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO

Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos
Presentación técnica de productos.	**Desempeño:**Simulación de contacto y venta.	Presenta y argumenta beneficios y características apoyado en TIC y catálogos.	Técnica: Observación. Instrumento: Lista de chequeo.

Diseño de estrategias de demostración.	**Producto:**Plan de presentación con muestras y degustaciones.	Prepara estrategias de presentación con demostraciones y exhibiciones.	Técnica: Valoración de producto. Instrumento: Rúbrica.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Características Intrínsecas:**Cualidades esenciales y naturales que componen el producto.
- **Segmentación:**Proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores con perfiles similares.
- **TIC:**Tecnologías de la Información y la Comunicación integradas al proceso de mercadeo.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- SENA (2010). Programa de Formación: Mercadeo y Ventas Nivel II (Código 63210009).
- Manuales de fabricante y protocolos empresariales de servicio al cliente.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					