



**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

Quibdó febrero de 2021

Señor (a)
YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **2271225**
Coordinador academico
Dependencia formacion complementaria-Poblacion Desplazada
En el programa de Emprendimiento
Quibdó-Chocó

Asunto: Informe mensual de ejecución
contractual Mes febero del año 2021

Referencia: No (2271225) del año (2021)

ROSA MARIA PALACIOS ROSRIGUEZ, identificado con la cédula de ciudadanía No. **35601300** de Quibdó, en mi calidad de Contratista del SENA, en (Formacion complementaria-Población Desplazada en el Programa de EMPRENDIMIENTO), en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en tre el 23 y el 28 de febrero mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: Se fija como valor total para cada uno de los contratos la suma de VEINTI TRES MILLONES OCHOCIENTOS NOVENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES PESOS M/CTE (\$23.893.333) esta suma será pagada por el Sena al contratista de la siguiente manera a) un primer pago correspondiente al mes de febrero por valor de SEISCIENTOS CUARENTA MIL PESOS (\$640.000) b) siete (7) pagos iguales correspondiente a los meses de marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre del 2021 por valor de TRES MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS (\$3.200.000) MCTE c) un último pago Correspondiente al mes de octubre por un valor de \$OCHOCIENTOS CUARENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES PESOS (\$843.333) MCTE.

Plazo: Será hasta el (8) de (octubre) de 2021.

OBJETO: <i>(Transcriba el objeto del contrato, dentro del siguiente cuadro)</i>
Prestación de servicios de un (1) instructor para atender los procesos de formación en Modalidad complementaria para la población victima en el programa de EMPRENDIMIENTO, en el Centro de Recursos Naturales Industria y Biodiversidad, durante la vigencia 2021.



Obligaciones Específicas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Establecer estrategias de enseñanza-aprendizaje-evaluación según el programa de formación profesional y el enfoque metodológico adoptado.	Por ejecutar	Por ejecutar
2	Orientar los procesos de enseñanza-aprendizaje, según las necesidades detectadas en los procesos de evaluación, metodologías de aprendizajes y programas curriculares vigentes.	Por ejecutar	Por ejecutar
3	Programar las actividades de enseñanza-aprendizaje –evaluación de conformidad con los módulos de formación y el calendario institucional y el manual de procedimientos para la ejecución de acciones de formación profesional.	Las actividades realizadas durante el periodo objeto de pago fueron: <ul style="list-style-type: none">✚ Elaboración de las guías de aprendizaje para la formación.✚ Búsqueda de personal víctimas para dictar los cursos de formación.✚ Reunión con el director sobre los lineamientos y directrices del programa Víctima para el desarrollo del objeto contractual de la presente vigencia 2021.✚ Elaboración del acta de reunión	Guías de aprendizaje. Listados de asistencia a la reunión Acta de reunión con el director. Todo soportado en el drive.
4	Llevar el registro de evidencias de la actividad de enseñanza-aprendizaje en el portafolio personal, para cuando sea requerido.	Por ejecutar	Por ejecutar
5	Reportar información académica y administrativa según las responsabilidades institucionales asignadas.	Por ejecutar	Por ejecutar
6	Apoyar las charlas informativas	Por ejecutar	Por ejecutar



	conespecificaciones de los programas, así como el proceso de inducción aprendices.		
7	Evaluar la formación de los aprendices durante el proceso educativo de acuerdo con el manual de evaluación vigente.	Por ejecutar	Por ejecutar
8	Atender oportunamente los requerimientos del supervisor de contrato y presentar mensualmente los informes de ejecución del contrato.	Por ejecutar	Por ejecutar
9	Apoyar técnicamente en las evaluaciones de los procesos de adquisición de bienes y servicios por el conocimiento profesional contratado previa designación del director regional.	Por ejecutar	Por ejecutar
10	Reportar 160 horas mes de labores en la formación titulada y/o complementaria.	Por ejecutar	Por ejecutar
11	Aplicar al proceso de certificación de la norma de competencia Orientar formación presencial de acuerdo con procedimiento técnico y normativo según las normas que aplican la función instructor.	Por ejecutar	Por ejecutar
12	Las demás para el cabal cumplimiento del objeto contractual.	Por ejecutar	Por ejecutar

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				



Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y las planillas No.4377202862 – 4383007354 - 4383683821 expedida por SOI correspondiente al mes de enero de 2021. (Decreto Ley 2106 de 2019 – según “Decreto Ley Antitrámites”)

Evidencias en () folios

Cordialmente,

Firma

ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ

Contratista

C.C. No. 35.601.300 de Quibdo

Recibí a satisfacción:

Firma

YILSE ALEIDA RUIZ CARRILLO

Supervisor(a) Contrato 2271225 de 2021

Coordinador Académico

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **MERCADEO Y VENTAS**
- Código del Programa de Formación: 63210007
- COMPETENCIA:
1: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
- RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR:
1: 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
- COMPETENCIA:
1: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.
- RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR
1: Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación.
2: Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación de precios.
3: Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial.
- COMPETENCIA:
1: PREPARAR LA EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS Y EL ESTILO DE EXHIBICIÓN.
- RESULTADO DE APRENDIZAJE ALCANZAR:
1: Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos.
2: Formular política de surtido con base a criterios de la empresa.
3: Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado.
4: Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo.
- 4: Duración de la Guía 80 horas.**

Actividad Nro 1 Presentacion del curso Duracion: 4 hora	Plataforma virtual - Aula
Esta actividad tiene como finalidad darle la bienvenida a los aprendices, socializar y conocer que es el sena y el curso que vamos a desarrollar, a demás se hara la presentación pormedio de una dinámica de cada uno de los miembros del urso con el fin de romper el hielo.	

Actividad Nro 2 de reflexión inicial Duración de 8 hora	Aula
Esta actividad de autodiagnostico los aprendices en participación dinámica en la plataforma y/o en mesa redonda en salón, darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de mercadeo y ventas.	

Actividad 3: contextualización de los conocimientos Duración de 30 hora Ambiente: Aula y visita a negocio.	
En esta etapa se desarrollara la temática del curso a través de esxplicacion por parte del instructor tutor a través de la plataforma Google meet, y/o en el aula, se proyectara un video con el fin de facilitar mas la apropiación del conocimiento por parte de los aprendices. Por gurpo se harán observación al comercio con el fin de identificar el proceso del mercadeo en el entorno.	
Socializacion de la actividad de campo.	

Actividad 4: Apropiacion de los conocimientos Duración de 30 hora Ambiente: Aula y/o plataforma virtual	
En esta actividad se conformaran equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet temática del curso y en mesa redonda se hara un conversatorio donde cada grupo explicara sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.	

Actividad 5: Taller sobre canales de distribucion Duración de 4 hora Ambiente: Aula.	
En esta actividad se le entregara a cada aprendiz un hoja de papel con imágenes de diferentes productos y servicios en el mercado, el objetivo de esta actividad es que los aprendices identifiquen cual es el canal de distribucion mas adecuado para comercializar dichos productos.	
Socializacion de la actividad y se aclararan dudas presentadas.	

Actividad 6: de evaluacion

Duración de 2 hora

Ambiente: Aula.

En esta etapa se evaluaran a los aprendices con el objetivo evidenciar los conocimientos adquiridos durante el curso.

- Evaluar de forma escrita a través de un cuestionario conceptos sobre el mercadeo.
- A través de la lista de chequeo evidenciar si los alumnos aplican correctamente los canales de distribucion
- En una hoja de papel en pareja los aprendices le aplicaran el análisis DOFA a una empresa x
- Entrega de cada actividad planteada en físico las cuales tendrán su respectiva calificación.

Socializacion de la actividad de compo.

2. PRESENTACION : Actividad 1

Estimados aprendices *SENA*, reciban un cordial saludo de *bienvenida*, estamos iniciamos un ciclo formativo donde obtendrán capacitación en **MERCADEO Y VENTAS**. Nos espera un cuantioso trabajo en la cual, el aprendizaje colaborativo, el crecimiento del grupo mediante la educación y con el acompañamiento brindado por la instructora, se podrán lograr el objetivo principal que es esencialmente formar personas integrales con valores y capacitadas para desempeñarse exitosamente en la vida laboral y el sociedad en su conjunto.

- Esta guía de aprendizaje le dará las herramientas y elementos necesarios para que tú como aprendiz del curso de **MERCADEO Y VENTAS** adquieran las competencias suficientes para conocer el mercado sus componentes realizar una venta exitosa, exhibir de manera adecuada los productos según lineamientos de la empresa, para con ello poder estructurar de forma mas clara tu idea de negocio o mejorar tus ventas si ya estas en la actividad comercial.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial: 2

En la Fase de la Planeación, se determinan todas las pruebas necesarias a desarrollar con el objetivo de evidenciar el logro de los resultados esperados.

Se desarrollaran actividades de autodiagnostico por parte de los aprendices, con el fin de identificar conocimientos previos con relación a la temática del curso.

- Reflexione sobre las siguientes preguntas
 - 1 ¿mercadeo?
 - 2 ¿ Mercado? ¿características del mercado?
 - 3 ¿competencia?
 - 4 ¿segmento del mercado de empresas y de la población?
 - 5 ¿oferta? ¿Demanda?
 - 6 ¿Definición de producto o servicio? (clasificación (según durabilidad y tangibilidad).

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje: actividad 3

se requiere la disposición y honestidad de de los aprendices con el fin de identificar sus conocimientos

MERCADEO:

Es el conjunto de actividades destinadas a acercar los clientes al producto, permitiéndoles satisfacer plenamente sus necesidades y expectativas como consumidores.

Hoy en día ante una diversidad de productos y servicios, la competencia y los medios de comunicación, los consumidores perciben de una manera más práctica y sencilla las características que poseen los productos o servicios que necesitan o desean adquirir.

Actualmente la investigación de mercados ha cobrado fuerza debido a los avances tecnológicos y la importancia que tiene la opinión del cliente para las empresas, ya que de acuerdo a esta investigación pueden tomar las mejores decisiones.

Con la investigación de mercados podemos determinar el tipo de estrategias que vamos a utilizar y así tomar decisiones más acertadas sobre como posicionarnos en un mercado, la sensibilidad de los precios acorde con el tipo de mercado que prefiere nuestro producto, su lugar predilecto para comprar y estar al tanto de los precios y beneficios que tienen las marcas de la competencia en comparación con la nuestra.

VENTAS

son las actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra. El concepto de **ventas** es muy amplio, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el **cual** una parte es el vendedor y la otra el comprador.

Hacer una venta es hacer un negocio. Las ventas ocurren tanto en empresas, que deben vender sus productos o servicios, como entre personas, cuando por ejemplo venden un artículo usado en los clasificados.

Llevando el concepto al ámbito profesional, el área de ventas (también conocida como área comercial) es fundamental para el crecimiento de una empresa. Sin la venta, no hay facturación y, consecuentemente, no hay crecimiento.

ESTRATEGIA DE MERCADEO

Recopilar y analizar información respecto al mercado y su composición:

Estrategias de Mercado: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.

- Actividad grupal 4:

Conformar grupos de 4 personas, darle un nombre al equipo.

- Conversatorio acerca de los temas de investigación por parte de cada equipo segun su tema de consulta.
- Estructurar un glosario sobre: Conceptos y aplicación producto, precio, promoción, publicidad, Distribución, mercado análisis DOFA, competencia.
- Socialización de las actividades anteriores.
 - Reflexión y conclusión de la actividades.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

- Los aprendices recolectaran la información más relevante que se generan sobre los conceptos básicos de mercadeo
- Los aprendices plicaran las estrategias de mercadeo de acuerdo al entorno y el producto a comercializar.
 - Información sobre la segmentación del mercado de empresa y de personas.
- Investigar el mercado objetivo para el bien o servicio del proyecto.
 - Aplicar la matriz DOFA (análisis interno y externo del mercado).

Actividad de Aprendizaje 5: taller sobre canales de distribución. Proyectando imágenes de diferentes negocios a través del videovoting 1. Teniendo en cuenta el numero de detallistas a través de los cuales se llega a el consumidor final, que estrategia de distribución sugeriría para los siguientes productos .

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: 6

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
<p>Evidencias de Conocimiento :</p> <p>Respuestas a preguntas acerca de Mercadeo, mercado, tipos de mercado, componentes del mercado, precio, publicidad, segmentación del mercado de empresas y de personas, componentes de la venta, etc.</p>	<p>.</p> <p>- Maneja adecuadamente los conceptos de mercadeo</p> <p>-Reconoce su entorno comercial.</p>	<p>Preguntas a través de cuestionarios</p> <p>Observación, Actividad grupal</p>
<p>Evidencias de Desempeño:</p> <p>Resultado de la observación de juego de roles aplicado a un caso a un producto identificar los canales de distribución mas adecuado para llevar el producto al mercado, identificar los tipos de segmentación, determinar una venta exitosa, aplicar la correcta exhibición de productos.</p>	<p>-Aplica las estrategias de mercadeo (producto, precio, promoción, publicidad y distribución) de acuerdo al diagnóstico realizado y su producto a comercializar a través del proceso de mercadeo y venta.</p> <p>-Analiza las variables cualitativas y cuantitativas del mercado relacionadas con el desarrollo de los programas de exhibición y surtido en las diferentes formatos comerciales considerando los productos, la programación, el presupuesto asignado y la política de la organización. ♣ Identifica las zonas de exhibición, su ubicación y rentabilidad de acuerdo con la programación establecida y la política de la organización.</p>	<p>Preguntas y lista de chequeo</p>
<p>Evidencias de Producto:</p> <p>Resultado de la observación de procesos comercialización conformación de equipos de trabajo con distintas intencionalidades</p>		

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS:

Misión –Visión – Sena – Mercadeo – Mercado- Distribucion – Bien – Servicio - Aprendiz – Perfil – Formación –Programa – Estructura - Correo – Sofiaplus – Aprendizaje – Instructor – Costo – Publicidad – Promocion, segmentación, DOFA, oferta, demanda, venta, producto, población, cliente.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Los documentos de los temas específicos a tratar en los ambientes de aprendizaje los podemos encontrar en los siguientes links.

<https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/feem/libros/principiosdemercadeo.pdf>

http://infopvirtual.com/cursos/investigacion_de_mercados/Unidad%20I.pdf

<https://portafolioemprendimientociencias.files.wordpress.com/2011/03/cartilla-no-3-el-mercadeo.pdf>

www.sena.edu.co

Capítulo 1 Tema: “Sociedades Comerciales”. Editorial McGraw Hill. Última edición.

Contabilidad Comercial. Cesar Bolaños y Jorge Álvarez, Unidad 1 Tema: “La Empresa, Sociedades”. Editorial Norma.

Formulación y Evaluación de Proyectos: Tercera edición. Córdoba, Padilla Marcial; Bogotá Ecoe Ediciones

Página Web www.dian.gov.co

[Revista dinero](#)

<https://www.rdstation.com/mx/ventas/>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	23- 25/02/2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

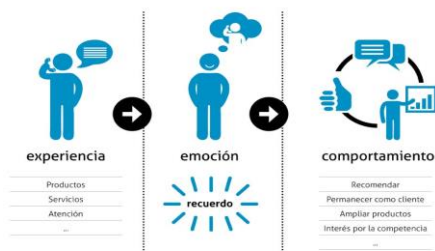
IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE**
- Código del Programa de Formación: **13410561**
- Competencia : **FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN.**
- **RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR**
 - 1: Solucionar el requerimiento del cliente según principios éticos e institucionales.
 - 2: Atender al cliente a través de los medios tecnológicos y aplicativos disponibles teniendo en cuenta los protocolos y necesidad del mismo
 - 3: Identificar los factores que intervienen en la estrategia de atención y servicio al cliente personalizado de acuerdo con las políticas y estándares de calidad de la organización.
 - 4: Valorar la implementación de las estrategias de servicio al cliente según la satisfacción evidenciada por el cliente.
- Duración de la Guía: **40 HORAS**

2. PRESENTACIÓN

Conociendo las funciones que desempeñaran los aprendices en los diferentes campos empresariales y de servicios administrativos donde ejercerán el servicio y atención a los cliente es importante que conozcan y aprendan a ofrecer atención que favorezca las relaciones de la empresa con el cliente. Aplicar los protocolos e identidad corporativa en la presentación personal. ofrecer atención personalizada que cumpla con los estándares de servicio de calidad de la organización y a realizar actividades relacionadas con los recursos de sus unidades preproductivas con el proposito en presentar alternativas de solución a posibles problemática que se lleguen a presentar a futuros con la atencion y servicio al cliente.

Lo que se pretende con este curso de Servicio al Cliente en la organización es transferirle a los aprendices conocimientos basicos para una buena atencion a los clientes desde el entorno que les toque interactuar con ellos



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

1. Actividades de presentación.

Esta actividad tiene como finalidad dar la bienvenida a los aprendices, socializar y explicarles que es el sena y el curso que vamos a desarrollar, además se hará la presentación por medio de una dinámica de cada uno de los miembros del grupo con el fin de romper el hielo en el grupo.

DINAMICA: El rey de los elementos: Se forma un círculo con todos los participantes, el animador tendrá la pelota y se la pasará a cualquiera, cuando la tire debe mencionar un elemento (Aire, Agua o Tierra) el que atrape la pelota debe mencionar un animal que pertenezca al elemento que mencionaron ejemplo. (Agua: tiburón) y pasársela a otro diciendo un elemento antes que la atrape el otro participante, no se vale repetir animales y debe responderse rápido, los que pierden van saliendo hasta elegir al ganador.

Ambiente Requerido: Aula

Materiales : cuaderno, agenda, lapicero, lápiz, pelota

Tiempo: 2 hora

2. Actividades de reflexión:

Esta actividad de autodiagnóstico los aprendices en mesa darán conceptos respecto a interrogantes relacionadas con la temática del curso, el propósito de esta actividad es identificar los conocimientos previos que tienen los aprendices con respecto a la temática del curso de servicio al cliente en la organización.

- Evidencia: Reflexione sobre las siguientes preguntas.

Reflexione sobre los siguientes interrogantes.

- ¿ Elementos de la Comunicación?
- ¿En qué consiste la comunicación asertiva ?
- ¿Comunicación Verbal ¿Comunicación no Verbal
- Concepto
- Funciones de la comunicación empresarial
- Conducto regular
- ¿Estructura orgánico-funcional
- ¿Principios Corporativos
- ¿ Manual de funciones y procedimientos

Esta actividad tiene como finalidad encaminar y motivar a los aprendices en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje: video sobre comunicación asertiva en la organización

El objetivo de esta actividad es mirar a través de un videoving un video sobre la comunicación en la organización y la importancia de una buena comunicación asertiva para el logro de los objetivos de la organización.

- Ambiente Requerido: Aula, plataformas digitales

Materiales: (marcadores, papel videiving, Borrador) Plataforma virtual, diapositivas

- Tiempo: 2 hora

Actividad.

-Taller sobre la comunicación : PASIVO- AGRESIVO –ASERTIVO

El objetivo de esta actividad es distinguir los diferentes tipos de comunicación

Anexo taller.

La comunicación es esencial para la vida, y ya sea en el trabajo o en lo personal, todo será más fácil si te comunicas bien.

- Ambiente Requerido: Aula, unidad productiva y campos abiertos

Materiales: (marcadores, papel periódicos, cartulinas, lápices, lapiceros, videiving, Borrador, fotocopias, block.) Plataforma virtual, diapositivas

- Tiempo: 2 hora

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

Socializar en mesas redondas y por medio de talleres, consultas trabajos en grupo y experiencias vividas sobre la importancia de la comunicación asertiva para lograr una buena atención a los clientes dentro de la organización – unidad productiva.

LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN.

Comunicar es vender, dar a conocer nuestros productos, nuestros servicios, pero es complicado, en ocasiones, que el consumidor compre debido a la gran competencia en los mercados.

Para que exista comunicación la información debe ser traducida a un código simbólico común para las partes comprometidas así como las asociaciones entre los símbolos y sus referentes deben ser compartidos

Las organizaciones intercambian información de manera constante con su entorno exterior. Ese entorno, dependiendo del sector y la actividad a la que se dedique la empresa, está

formado por clientes, proveedores, competencia, intermediarios, medios de comunicación y público en general.

Para transmitir la información sobre la empresa al exterior, las organizaciones suelen emplear una serie de canales de comunicación formales, entre los que se encuentran las áreas de publicidad y relaciones públicas, las de marketing, prensa... Además, utilizan otros canales de comunicación informal, que van surgiendo conforme van cambiando las necesidades de comunicación. Dentro de los canales de comunicación mencionados, los departamentos de publicidad y relaciones públicas son los encargados de informar al público sobre las actividades, los productos y los servicios que ofrece la empresa. Tanto la publicidad como las relaciones públicas permiten dar a conocer la imagen de la empresa.

✚ Recopilar y analizar información respecto temas de la comunicación en la organización:
Comunicación.-Elementos de la Comunicación -Comunicación Verbal -Comunicación no Verbal
Comunicación Empresarial –Concepto -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas.

- Conformar equipo de trabajo de 5 personas, darle un nombre al equipo.
- realizar talleres que permitan evidenciar los conocimientos adquiridos.
- Actividad lúdica en la atención práctica a un cliente , como se ha sentido en el papel de clientes y las conclusiones que llegan al finalizar la actividad.
- Conversatorio acerca de la forma adecuada en la que se debe ser la comunicación asertiva dentro de la organización.
- Se evaluará, Apariencia y actitud personal, comunicación oral y escrita, estado de ánimo y prudencia.
- Socialización de las actividades anteriores.

Video: a través del videoving proyectar el video Como cambiar el mundo con pequeñas cosas.

Comentarios y reflexión del mismo.

Actividad 3: contextualización de los conocimientos

Tiempo: 10 horas

Ambiente: Aula y salida al comercio para observar la atención al cliente en algunos negocios.

Socialización de la actividad de campo.

Materiales: tablero, marcador, videoving, cartelera, Plataforma virtual, diapositivas

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

En este momento significativo del aprendizaje, los aprendices podrán asimilar los saberes, incorporarlos y aplicarlos en el proceso de aprendizaje. Para ello se conceptualizará y se aplicarán vivencias a procesos significativos de aprendizaje de la siguiente manera:

Los aprendices aprenderán sobre los siguientes conceptos

- Brindar atención y servicio que favorezca las relaciones empresariales con el cliente:
- Que es Trabajo en Equipo.
- Identificar el tipo de información que maneja la Organización.
- Identificar los diferentes tipos de comunicación dentro de la organización.
- Aplicar las normas, procesos y procedimientos y políticas de la Organización
- Identificar los medios establecidos por la Organización a través de los cuales se presta atención y servicio al cliente.
- Ejecutar momentos de verdad estelares en la atención y el servicio al cliente.
- Documentar la atención y el servicio al cliente de acuerdo con el Sistema de Gestión de la Calidad, las políticas de la Organización y la trazabilidad.

Actividad grupal

En esta actividad se conformarán equipos de trabajo para que los alumnos consulten a través de fuentes escritas o internet la temática asignada y en mesa redonda se hará un conversatorio donde cada grupo explicará sobre su tema de consulta dándole participación a los demás miembros del curso para argumentar sobre dicho tema. Esta actividad tiene calificación.

Actividad 4: Apropiación de los conocimientos a través de exposición

Duración de 4 horas

Ambiente: Aula

Materia: tablero, marcador, cartelera. Plataforma virtual, diapositivas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias de Conocimiento :</p> <p>Respuestas a preguntas acerca de que es la Comunicación Empresarial Concepto</p> <ul style="list-style-type: none"> -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas 	<p>Describe de manera diligente los servicios ofrecidos por la Organización de acuerdo con el portafolio de servicios.</p> <p>Aplica las cualidades que debe poseer el funcionario que atiende público y facilita el servicio.</p> <p>Proyecta estricta elegancia y distinción, a través de su pulcritud en el vestir, combinación de colores, accesorios,</p> <p>Ejecuta con responsabilidad momentos de verdad estelares durante la atención y el servicio al cliente interno y externo.</p> <p>Expresa de manera respetuosa, con claridad y precisión los mensajes relacionados con los clientes internos y</p>	<p>Preguntas</p> <p>Observación</p> <p>talleres</p> <p>Observación</p> <p>Preguntas, lista de chequeo, talleres.</p>

<p>Evidencias de Desempeño:</p> <p>Resultado del conversatorio y socialización de los temas desarrollados durante el curso.</p> <p>Evidencias de Producto:</p> <p>Resultados de las actividades desarrolladas en cuanto al servicio y atención al cliente, teniendo como referente la ejecución de actividades lúdicas</p>	<p>externos, aplicando el conducto regular y la comunicación empresarial.</p> <p>Evalúa la atención y el servicio prestados por una Organización, a través de la libreta de calificaciones.</p> <p>Criterios de evaluación Clasifica los tipos de clientes que visitan la organización, teniendo en cuenta el perfil del cliente. Describe los servicios ofrecidos por una Organización, de acuerdo con el portafolio de servicios. Aplica en la atención y servicio con objetividad los momentos de verdad durante el ciclo del servicio al cliente interno y Externo. Evalúa la atención y el servicio prestados por una Organización, a través de la libreta de calificaciones. Aplica las estrategias de atención y de servicio, cara a cara y a través de medios tecnológicos, de acuerdo con los Estándares de calidad y las políticas de la Organización</p>	<p>Preguntas, talleres.</p> <p>Exposición, Trabajo en grupo y socialización del mismo.</p>
---	---	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Comunicación.-Elementos de la Comunicación -Comunicación Verbal -Comunicación no Verbal
Comunicación Empresarial –Concepto -Funciones de la comunicación empresarial -Clasificación de la comunicación empresarial -Conducto regular -Relaciones públicas – visión – misión - objetivos- Correo – sofiaplus – aprendizaje – instructor – tics- costo- precio- gasto- beneficio- punto de equilibrio – empresa- empresario- vida útil-, equipos de trabajos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

www.sena.edu.co

<http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido Modulo II Servicio al cliente.pdf>

<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5096.pdf>

<https://edebe.com/educacion/documentos/830030-0-529-830030 LA CEAC CAS.pdf>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ	INSTRUCTORA	COORDINACION ACADEMICA FORMACION COMPLEMENTARIA PROGRAMA DESPLAZADOS	23-25/02/2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No. 25 DEL MES DE Febrero DEL AÑO 20 21

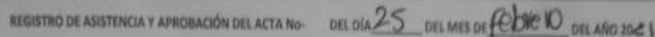
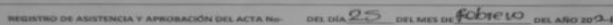
OBJETIVO (S): <u>Brindar puntos para el correcto desarrollo de la formación complementaria del área víctimas</u>											
No.	Autoriza el tratamiento de la información SI / NO. Si marca No por favor no diligencie el formato.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO (CUAL?)	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONOEXT SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
1	SI	Wilson ANDREWS G	CC 11789594		X		SENA	wilmon112@hotmail		SI	
2	SI	Albeiro Morales Mera	1067852497		X		SENA	albeirmorales@hotmail	3024250590	SI	
3	SI	JIMMY DUBUZ CASTAÑEDA	11844144		X		Lider Víctima	Teluyee@semeduco	3117624004	SI	
4	SI	Wilson Andres Renteria Jimenez	1074469800		X		ARJO VICTIMAS	renterw@sema.edu	3128154444		
5	SI	Jesús A. cordoba	11814693		X		Victima	Jalanco@hotmail.com	3105962058	SI	
6	SI	Gilberto Gomez	115041926		X		SENA	grobilia@hotmail.com	3135385245	SI	
7	SI	Juan R. Renteria	11796822		X		SENA	rrimene@gmail.com	3147524874	SI	
8	SI	Yago Gonzalez	12020815		X		SENA	yago.gonzalez	3122135339	SI	
9	SI	Obed Renteria	1036645620		X		SENA	Obedrenter123	3146510740	SI	
10	SI	Enrique C	35893046		X		SENA	enriquec@sema.edu.co			
11	SI	Danny CP	1094459785		X		SENA	Danycap321	3216885665	SI	

GD-F-007 V03

REGISTRO DE ASISTENCIA Y APROBACIÓN DEL ACTA No. 25 DEL MES DE Febrero DEL AÑO 20 21

OBJETIVO (S): <u>Brindar puntos para el correcto desarrollo de la formación complementaria del área víctimas</u>											
No.	Autoriza el tratamiento de la información SI / NO. Si marca No por favor no diligencie el formato.	NOMBRES Y APELLIDOS	No. DOCUMENTO	PLANTA	CONTRATISTA	OTRO (CUAL?)	DEPENDENCIA/ EMPRESA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONOEXT SENA	AUTORIZA GRABACIÓN	FIRMA O PARTICIPACIÓN VIRTUAL
12	SI	Gilberto Gomez	115041926		X		Formacion	grobilia@hotmail.com	3135385245	SI	
13	SI	Juan R. Renteria	11796822		X		Formacion	rrimene@gmail.com	3147524874	SI	
14	SI	Adolfo Smith	26260439		X		Formacion	polonizad@sema.edu.co	314635245	SI	
15	SI	Felipe Torres	35893046		X		Formacion	felipe.torres@gmail.com	3128391170	SI	
16	SI	Leidy Y Palacios	35893046		X		Formacion	leidy.palacios@gmail.com	3146087180	SI	
17	SI	Adriana Montero	1094459785		X		Formacion	adriana.montero@gmail.com	3208000000	SI	
18	SI	Obed Renteria	1036645620		X		Formacion	Obedrenter123	3146510740	SI	
19	SI	Natibe Renteria	35893046		X		Formacion	natibere@hotmail.com	3225916411	SI	
20	SI	MARCOS BORDA	19333606		X		Formacion	marcosborda@gmail.com	3154508730	SI	
21	SI	Jessica Rojas	43802498		X		Formacion	Yerap38@gmail.com	311772130	SI	
22	SI	Ana Maria C	1077435603		X		Formacion	anac@sema.edu.co	321717735	SI	

GD-F-007 V03

GD-F-007 V03

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD

FECHA INICIAL: 23/02/2021 00:00:00

FECHA FINAL: 28/02/2021 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 0,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT's

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS
TOTAL TIEMPO EDT's:				0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
23/02/2021	28/02/2021	OTROS	32,00
TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:			32,00

INSTRUCTOR: ROSA MARIA PALACIOS RODRIGUEZ

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO DE RECURSOS NATURALES, INDUSTRIA Y BIODIVERSIDAD