1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: Promotor en Punto de Ventas.	**Código:** 63220163
Resultados de Aprendizaje: **26010103603.** Medir la repercusión de las acciones promocionales, teniendo en cuenta el comportamiento de las ventas.	**Competencia:** **260101036**. Promover los productos en el punto de venta según plan promocional y acuerdo comercial.
Duración de la guía:	10 Horas

2. PRESENTACIÓN

El programa de formación **Promotor en el Punto de Ventas** busca orientar al aprendiz hacia el logro de conocimientos esenciales para el desarrollo de su labor.

En la presente guía de aprendizaje se abordarán los elementos necesarios para alcanzar los conocimientos propuestos en el Resultado de Aprendizaje **"*Medir la repercusión de las acciones promocionales, teniendo en cuenta el comportamiento de las ventas*",** con ello se busca que el aprendiz logre identificar y comprender los elementos para medir la repercusión de las campañas promocionales respecto a la satisfacción del cliente y por ende el comportamiento de las ventas.

Lo anterior se abordará desde el desarrollo de la Actividad de Aprendizaje AA3. **"Evaluar los resultados del plan promocional, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización".**

¡Bienvenidos!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de Reflexión Inicial

Para las empresas es esencial hacer algún tipo de promoción con el fin de crear conciencia en el consumidor sobre el producto y sus beneficios, de acuerdo a este enunciado, como ejercicio inicial se solicita que realice una reflexión dando respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es promoción?
2. ¿Qué técnicas promocionales se aplican el en punto de venta?
3. ¿Qué diferencia hay entre promoción y publicidad?
4. ¿Cuáles son los objetivos de la promoción?
5. ¿Qué le implica a una empresa una promoción en cuanto a recursos e inversión?
6. ¿Cómo se debe planear una promoción?
7. ¿A quiénes van dirigidas las promociones?
8. ¿Qué elementos componen la promoción?
9. ¿Qué medios de comunicación usan las promociones?
10. ¿Es necesario medir el desempeño de la promoción?

Nota: Esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo del tema del resultado de aprendizaje "Medir la repercusión de las acciones promocionales, teniendo en cuenta el comportamiento de las ventas".

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

En la actividad anterior, de reflexión inicial, usted pudo recapacitar acerca de los conceptos de promoción, esto direccionado hacia el desarrollo de la Actividad de Aprendizaje AA3 "***Evaluar los resultados del plan promocional, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización***".

Se solicita al aprendiz fundamentar sus saberes previos, complementando conocimientos mediante la consulta de textos y referencias bibliográficas sobre el tema especificado en relación a las campañas promocionales y su medición o evaluación; igualmente, puede apoyarse en sus vivencias personales, siguiendo los lineamientos que se presentan y describen en esta guía, los cuales serán ampliados por el instructor.

Encuentro Sincrónico: El aprendiz deberá participar en los encuentros sincrónicos citados por el instructor, principalmente en el encuentro del inicio del programa donde se explicará objetivo del cuso, los resultados y actividades de aprendizaje, las evidencias a desarrollar y sus criterios de evaluación, duración, cronograma de actividades, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias.

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Durante el desarrollo de esta guía se busca que el aprendiz apropie los conocimientos y conceptos principales entorno a la medición y evaluación de las campañas promocionales.

Para el logro del Resultado de Aprendizaje "***Medir la repercusión de las acciones promocionales, teniendo en cuenta el comportamiento de las ventas***", se hace necesario que usted como aprendiz apropie conocimientos basados en los siguientes temas:

- La satisfacción del Cliente y medición de la campaña promocional.

- Recolección y Registro de Información.
- Indicadores de Venta.
- Encuestas y Observación.
- Calculo y análisis de resultados.
- La comunicación en el proceso medición.

La Actividad de Aprendizaje AA3. "***Evaluar los resultados del plan promocional, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización***", le permitirá evidenciar el saber adquirido, garantizando el logro de las competencias requeridas mediante la apropiación de conocimientos necesarios para comprender la importancia de identificar la promoción de los productos y conocer los recursos asociados. Es necesario entonces que usted:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los Objetos de Aprendizaje (OA) y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual.
- Construya y entregue todas las evidencias requeridas para la valoración del instructor.

En plataforma LMS, se encuentra el Objeto de Aprendizaje (OA) que debe leer, comprender y asimilar; toda vez, que en él encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica del presente tema en estudio.

Objeto de Aprendizaje: "La satisfacción del Cliente y la repercusión en las ventas"

La revisión de los contenidos propuestos en los recursos educativos (Objeto de Aprendizaje) orientará al aprendiz en el reconocimiento de la medición o evaluación de las campañas o planes promocionales con base en la satisfacción dl cliente y la repercusión en las ventas.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros), dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará realimentación oportuna sobre los resultados de aprendizaje esperados y competencias a alcanzar en el desarrollo del tema. Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de evidencias; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, el respeto a los derechos de autor, la calidad como un valor agregado en la comprensión de temas relacionados con la labor del promotor de ventas.

Para el logro del resultado de aprendizaje, el aprendiz realizará las siguientes evidencias:

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

Evidencia 1. Prueba de Conocimiento AA3. Cuestionario de preguntas sobre la satisfacción del cliente y la repercusión en las ventas. El aprendiz deberá responder el cuestionario de preguntas relacionado con la temática sobre la satisfacción del cliente y la repercusión en las ventas. Para asegurar un excelente desempeño en la prueba, se solicita, antes de su presentación, haber dado lectura al material de estudio.

EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

Evidencia 2. Foro temático: El contexto de la evaluación de la campaña promocional. Para mejor comprensión en el desarrollo de la actividad propuesta y su participación en el foro de discusión, es muy importante que revise los materiales de estudio e investigue en las referencias bibliográficas sugeridas en esta guía acerca del tema en relación con el foro, de tal manera que pueda dar su opinión frente a la siguiente pregunta.

Con base en los objetivos que tiene la creación de una campaña promocional:

- ¿Qué temas o aspectos deben considerarse para evaluar la repercusión de la campaña promocional en el mercado general y cuales para evaluar la repercusión en el punto de ventas?

Actividades de transferencia de conocimiento

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos de mayor relevancia que le permiten reconocer el plan promocional y los recursos asociados.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que usted haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar a la plataforma LMS y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

EVIDENCIA DE PRODUCTO

Evidencia 3. Informe escrito sobre aplicación de encuesta de satisfacción. Para el desarrollo de esta evidencia siga las siguientes instrucciones:

1. Crear un formato o cuestionario de satisfacción del cliente con base en una campaña promocional donde se dio una degustación o muestra del producto y aplicarlo a 8 personas que le permitan hacer la simulación, deberá entregar la muestra o dar la degustación a las personas que entrevista para que puedan responder el cuestionario.

   Tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

   a) Elabore el cuestionario con una presentación mínima que contenga encabezado o identificación
   b) Use preguntas cerradas.
   c) Redacte preguntas que le permitan medir la satisfacción del cliente respecto a la aceptación del producto y la posible repercusión en las ventas.

2. Consolide la información y calcule los resultados de las respuestas obtenidas.
3. Haga un análisis de los resultados obtenidos.
4. Usando diferentes herramientas como gráficos, imágenes u otras, presente un informe que contenga:

a) Descripción de la actividad.
b) El cuestionario.
c) El cálculo de los resultados.
d) El análisis de Resultados.

Recuerde que cuenta con la orientación del instructor para resolver dudas e inquietudes y podrá asesorar el desarrollo de la evidencia.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO **Evidencia 1. Prueba de Conocimiento AA3.** Cuestionario de preguntas sobre la satisfacción del cliente y la repercusión en las ventas.	Compara los resultados obtenidos en las diferentes acciones promocionales con el plan promocional, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización.	Enlace en LMS: Prueba de conocimiento.
EVIDENCIA DE DESEMPEÑO **Evidencia 2. Foro temático:** El contexto de la evaluación de la campaña promocional.	Aplica instrumentos de evaluación, de acuerdo con el instructivo recibido.	Enlace en LMS: Foro: "El Contexto de la evaluación de la campaña promocional"
EVIDENCIA DE PRODUCTO **Evidencia 3.** Informe escrito sobre aplicación de encuesta de satisfacción.	Aplica instrumentos de evaluación, de acuerdo con el instructivo recibido. Compara los resultados obtenidos en las diferentes acciones promocionales con el plan promocional, teniendo en cuenta los procedimientos establecidos por la organización.	Enlace en LMS: Envío Informe: Aplicación de encuesta de satisfacción.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Histórico de Ventas: registro de la información de ventas de periodos anteriores.

Indicador: que indica o sirve para indicar algo.

Lista de Chequeo: formato prediseñado que describe unos ítems y que tiene un espacio para señalar si se cumplen o no.

Plan de Mercadeo: documento en el cual las empresas registran las acciones de mercadeo a seguir y sus objetivos.

PLV: publicidad en el lugar de la venta.

PV: punto de ventas.

Satisfacción: sensación de agrado al obtener lo que necesita.

Valor Agregado: en administración el valor agregado es un componente que adiciona valor a un producto o servicio.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

FBurnett, J. (1996). *Promoción Conceptos y Estrategias.* Santafé de Bogotá. Colombia: Mc Graw Hill Interamericana S.A.

LLamas Olarán, J. M. (2001). *Mercadologia de la Promoción.* Mexico D.F.: Trillas.

Valiñas Fernández, R. (2002). *Fundamentos de Mercadotecnia.* Mexico: Thomson.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Sonia Maritza Ramos Ruiz	Experta Temática	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tic's. Regional Distrito Capital.	Noviembre de 2016.
	Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico	Centro Industrial de Mantenimiento Integral- CIMI. Regional Santander.	Noviembre de 2016.
	Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico		Noviembre de 2016.

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					Sin cambios-programa nuevo.