PROPUESTA DIDÁCTICA MEDIA TECNICA Y AJUSTE AL PEI EN EL COMPONENTE PEDAGOGICO INSTITUCIONAL 2020

Denominación del programa

El programa se denomina **TÉCNICO EN ASESORIA COMERCIAL**, del Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA e identificado con el código 631101 versión 1 del Instituto Técnico Patios Centro N.º 2.

Justificación

Actualmente, el aumento de la renta y servicios finales producidos por la economía y la dotación de recursos técnicos, cada vez más acelerada de la producción mundial; han generado una serie de cambios respecto a la comercialización de productos y servicios, no solo en cuanto a conceptualización, sino, en términos de fondo.

Conceptos como la globalización, competitividad, hiperconectividad, diferenciación, etc., han originado la producción a gran escala, representando un abatimiento en los costos para las MiPymes.

Es por ello, por lo que, para que la entrega de productos y servicios al consumidor final, sea mayormente efectiva, se hace necesario contar con un cuerpo de ventas tecnificado y profesionalizado, conocedor y dominador de cada uno de los pasos de la ciencia mercadológica de la distribución. Para satisfacer esta necesidad, el SENA, conocedor de los requerimientos de los empresarios; oferta el programa, Técnico en Asesoría comercial, con el que sustituirá al antiguo vendedor empírico, por un asesor comercial con conocimientos técnicos y valores éticos, necesarios para impulsar el comercio al por menor del país y nosotros como Institución educativa continuamos con el programa que reemplazara a ventas

Sin duda, ninguna empresa se sostiene sin la acción de ventas, razón por la cual, el empleo de Vendedores de Ventas no técnicas, es la ocupación más solicitada, dentro de la mesa sectorial, de mercadeo, ostentando el primer lugar en el Top de las diez ocupaciones más demandas, según el nivel de cualificación en Colombia (Observatorio Laboral y Ocupacional - SENA, 2018).

Con lo anterior, se constata que, al contratar las empresas, personal competente en el arte de vender, se obtiene una doble ganancia; ya que cuando el vendedor actualiza en métodos y racionaliza actitudes que provocan la fidelización de clientes en las organizaciones; la producción aumenta sensible y rápidamente, produciendo una integración ética y profesional

Objetivo General

Incluir la propuesta del programa de técnico en ASESORÍA COMERCIAL contribuyendo con la orientación y mejoramiento de la formación técnica de los estudiantes, cualificar a los jóvenes que ingresen al mundo laboral o educación superior con niveles claros de eficiencia, calidad y pertinencia.

Objetivos Específicos:

- ✓ Orientar y apoyar la formación basada en competencias que permitan su desenvolvimiento en el sector productivo.
- ✓ Implementar el currículo de exploración vocacional desde la básica secundaria con el propósito de encaminar al estudiante en la elección técnica.
- ✓ Reorientar la Institución Educativa hacia la educación técnica para dar respuesta a lo que demanda de ocupaciones del mercado laboral y sectores con mayor participación en la Región.
- ✓ Impulsar el desarrollo y proyección de la comunidad educativa hacia la orientación de aprendizaje por proyectos.
- ✓ Proponer acciones de mejoramiento permanente en el fortalecimiento de competencias técnicas pertinentes para las exigencias del sector productivo laboral.
- ✓ Incursionar a los estudiantes en competencias administrativas, servicio al cliente, prototipo de negocios, formulación de proyectos, contabilidad estadística y elaboración de documentos.
- ✓ Formar trabajadores competentes, que estén en capacidad de responder a las demandas de los sectores productivos del país, con calidad, pertinencia, eficiencia y capacidad de adaptación a los cambios e innovaciones de tipo técnico, tecnológico, en el ámbito Nacional.

4. Estructura didáctica de formación

CÓDIGO	COMPETENCIA	CÓDIGO Y RESULTADO DE APRENDIZAJE
260101033	**PROSPECTAR CLIENTES DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE VENTAS.**	SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO
		PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN
220601501	**APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.**	INTERPRETAR LOS PROBLEMAS AMBIENTALES Y DE SST TENIENDO EN CUENTA LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO SOCIAL
		EFECTUAR LAS ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y DE SST, TENIENDO EN CUENTA LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
		VERIFICAR LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y DE SST ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL
		REPORTAR LAS CONDICIONES Y ACTOS QUE AFECTEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA SST, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL Y SOCIAL
210201501	**EJERCER DERECHOS FUNDAMENTALES DEL TRABAJO EN EL MARCO DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LOS CONVENIOS INTERNACIONALES.**	VALORAR LA IMPORTANCIA DE LA CIUDADANÍA LABORAL CON BASE EN EL ESTUDIO DE LOS DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES DEL TRABAJO
		PRACTICAR LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DEL TRABAJO DE ACUERDO CON LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LOS CONVENIOS INTERNACIONALES
		RECONOCER EL TRABAJO COMO UNO DE LOS ELEMENTOS PRIMORDIALES PARA LA MOVILIDAD SOCIAL Y TRANSFORMACIÓN VITAL
		PARTICIPAR EN ACCIONES SOLIDARIAS ORIENTADAS AL EJERCICIO DE LOS DERECHOS HUMANOS, DE LOS PUEBLOS Y DE LA NATURALEZA
260101047	**VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES**	ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO
		EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
260101034	**MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.**	1. DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO
		2. EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
240201529	**GESTIONAR PROCESOS PROPIOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA Y EMPRESARIAL DE ACUERDO CON EL PERFIL** **PERSONAL Y LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.**	1. INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL
		2. CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL
		3. ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO
		4. VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL

Plan de Estudios

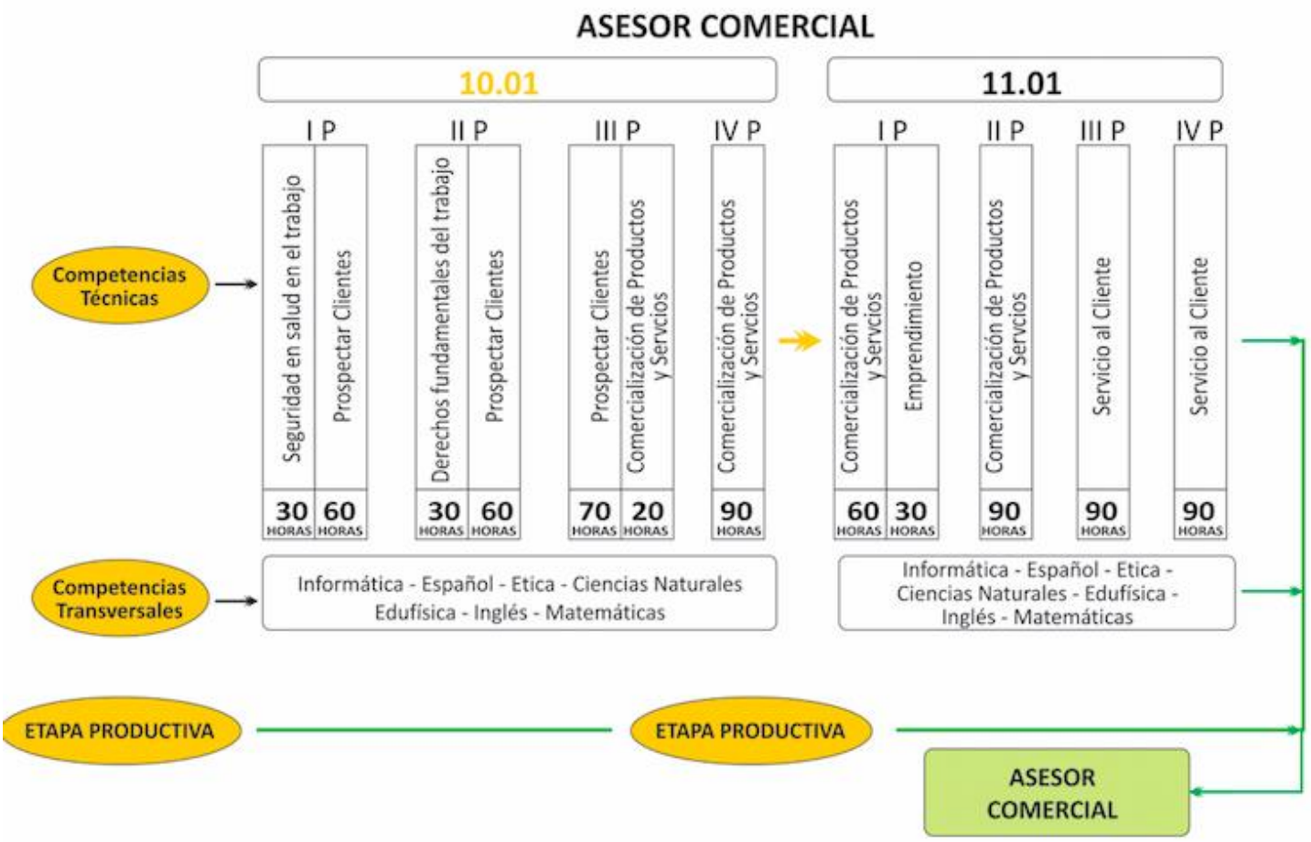
AREAS FUNDAMENTALES	DECIMO GRADO 10		UNDECIMO GRADO 11		SENA
	I S	II S	I S	II S	
	IHS	IHA	IHS	IHA	
CIENCIAS NATURALES Y EDUC.ION AMBIENTAL QUIMICA FISICA	3 2	120 80	3 2	120 80	48*
MATEMATICAS	4	160	4	160	48*
CIENCIAS ECONOMICAS Y POLITICAS FILOSOFIA	1 2	40 80	1 2	40 80	
AREA DE HUMANIDADES LENGUA CASTELLANA IDIOMA EXTRANJERO	4 3	160 120	4 3	160 120	48 *
AREA DE ETICA Y EN VALORES HUMANOS	1	40	1	40	48 *
AREA DE EDUCACION RELIGIOSA	1	40	1	40	
AREA DE EDUCACION ARTISTICA	1	40	1	40	
AREA DE TECNOLOGIA E INFORMATICA	1	40	1	40	48*
EDUCACION FISICA RECREACION Y DEPORTE	2	80	2	80	48 *
TOTAL	25	1000	25	1000	240

Los asteriscos indican áreas trasversales. (*)

INTENSIDAD HORARIA TECNICA

GRADO 10-01										
			I PERIO.		II PERIO.		III PER.		I V PER.	
COMPETENCIA	SENA	COLE.	H	%	H	%	H	%	H	%
PROSPECTAR CLIENTES	192	190	60	32	60	32	70	36		
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	288	260/110					20	20	90	80
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	48	30	30	100						
DERECHOS FUND. DEL TRABAJO	48	30			30	100				
TOTAL		360	90		90		90		90	
GRADO 11-01										
COMER. DE PTOS Y SERVI	288	260/150	60		90					
EMPRENDIMIENTO		30	30							
SERVICIO AL CLIENTE	192	180					90		90	
TOTAL		360	90		90		90		90	

ESTRUCTURA DE LA RUTA DE FORMACIÓN SEGÚN LA PROPUESTA DE ARTICULACIÓN



MODELO Y ESTILO PEDAGÓGICO

La Institución orienta el proceso curricular hacia una nueva **pedagogía activa**, social y crítica con un enfoque **sociocognitivo** que involucra procesos evolutivos de maduración psicológica, y de aprendizaje del niño en sus diferentes etapas. El modelo pedagógico, en lo social, propone el desarrollo máximo y multifacético de las capacidades e intereses de los niños, niñas y jóvenes para vivir en el grupo humano que le ha correspondido, y en él, transformar aquello que lo lastime y no lo deje SER a él y a quien lo rodea. Tal desarrollo está determinado por la sociedad, por la colectividad en la cual el trabajo productivo y la educación están íntimamente unidos para garantizar no sólo el desarrollo del espíritu colectivo sino el conocimiento pedagógico polifacético y politécnico y el fundamento de la práctica para la formación científica de las nuevas generaciones.

PIAGET: Considera que el aprendizaje tiene relación directa con el desarrollo del niño(a) y joven esto hace que la inteligencia adquiera una estructura según el período o etapa que ellos(as) están viviendo teniendo en cuenta las siguientes afirmaciones:

- El estudiante no solo aprende lo que aprende si no también cómo lo aprende.
- Se debe llevar al educando al conocimiento de ellos y no solo a situaciones verbales.
- El aprendizaje en este modelo requiere tiempo para que el estudiante construya un nuevo esquema mental y permita el equilibrio conceptual.

AUSUBEL: Considera que en el aprendizaje significativo se deben aprovechar los conocimientos existentes de los estudiantes para presentar nuevos conocimientos y lograr la retención de los mismos por más tiempo.

Ausubel hace énfasis en que “el factor más importante que influye en el aprendizaje significativo de cualquier idea nueva es el estado de la estructura cognoscitiva del ser humano existente en el momento del aprendizaje”.

BRUNER: Enfatiza la importancia de hacer que los aprendientes perciban la estructura del contenido que se va a aprender y de las relaciones entre sus elementos, de modo que pueda ser retenido como un cuerpo de conocimiento organizado.

Considera importante “El aprendizaje de disciplinas académicas” no sólo porque son almacenes de conocimiento importante perdurable, sino también porque introducen a los niños a formas de pensar potentes que constituyen habilidades para aprender a aprender como la observación, comparación, análisis, semejanzas y diferencias”.

Cree que los niños en diferentes etapas del desarrollo tienen formas características de ver y explicar el mundo, así que la enseñanza exitosa de las materias escolares a los niños de una edad determinada requiere presentarla de acuerdo al momento evolutivo que vive.

VYGOTSKY: Afirmaba que “el pensamiento y el lenguaje de los niños comienzan como funciones separadas, y que conectan de manera íntima durante los años preescolares, de manera que los niños aprenden a usar el lenguaje como un mecanismo para pensar”.

Asume que la disposición de los niños para aprender algo depende mucho más de su conocimiento anterior acumulado acerca del tema que de la maduración de las estructuras cognoscitivas y que los avances en el conocimiento serán estimulados a la construcción de conceptos para lograr un aprendizaje significativo.

Para que esto se logre, Vigotsky propone jalonar procesos mentales en el niño que impresionan las zonas de desarrollo próximo, las madure y se dé una nueva forma de relación entre aprendizaje y desarrollo, es así, que el aprendizaje ya no queda limitado por los logros de desarrollo, sino se da entre ambos una interacción donde la primera potencia al segundo enfatizando aquello que se haya en la zona de desarrollo próximo.

Finalmente es de afirmar que para Vigotsky la interacción social es un tópico inherente al proceso de aprendizaje, teniendo en cuenta que la función psicológica superior es primero externa y posteriormente interna.

ASESORIA COMERCIAL GRADO 10.01

PLANEACIÓN CURRICULAR

DETERMINACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

I. PROSPECTAR CLIENTES DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE VENTAS. (190 HORAS)

TRA Tiempo resultado aprendizaje - **TR*P** tiempo resulzado aprendizaje por periodo – **TC*P** tiempo competencia periodo

Resultado de aprendizaje	TRA	TR*P	TC*P	PERI.	CONTENIDOS	INDICADOR DE DESEMPEÑO
1. SELECCIONAR LOS CRITERIOS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES DE ACUERDO CON SEGMENTO DE MERCADO	46H	46H	60H	I	MERCADEO: CONCEPTO, OBJETIVOS, BENEFICIOS MEZCLA DE MERCADEO: CONCEPTO, VARIABLES MERCADO: TIPOLOGÍAS, SEGMENTO, NICHOS, POSICIONAMIENTO, MERCADO OBJETIVO Y VARIABLES SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO, TIPOS, CRITERIOS	elabora segmentación de clientes de acuerdo con producto o servicio ofertado recopila información en bases de datos de acuerdo con el método seleccionado
2. PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	144H	14H		I	INFORMACIÓN: CONCEPTO, DATOS, TIPOS FUENTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TIPOS MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TÉCNICAS, INSTRUMENTOS	
2. PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	144H	60	60	II	BASES DE DATOS: CONCEPTO, TIPOS, MANEJO DE BASES DE DATOS TABULACIÓN DE INFORMACIÓN: CONCEPTO CLIENTES: CONCEPTO, TIPOLOGÍA, CARACTERÍSTICAS, PERFILES CLIENTES POTENCIALES: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN PROSPECCIÓN: CONCEPTO, MÉTODOS, TÉCNICAS ANÁLISIS DE DATOS: CONCEPTO, CRITERIOS VARIABLES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TIPOS	identifica prospectos de clientes según criterios de segmentación selecciona clientes de la organización teniendo en cuenta herramientas de análisis
2. PROSPECTAR CLIENTES POTENCIALES SEGÚN EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA ORGANIZACIÓN	144H	70	70	III	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: CONCEPTO Y TIPOS INFORMES: CONCEPTO, TIPOS, GRÁFICOS ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN: CONCEPTO, CRITERIOS FUENTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO, TIPOS ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS: CONCEPTO, TÉCNICAS TÉCNICAS DE EVALUACIÓN: CONCEPTO, TIP0S INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN: CONCEPTO, TIPOS	evalúa el proceso de prospección de clientes de acuerdo con técnicas de evaluación propone acciones de mejora a la prospección de clientes de acuerdo con objetivos organizacionales
TOTAL HORAS COMPE.			190			

ASESORIA COMERCIAL GRADO 11

VERIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO AL CLIENTE

II MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO. (190 HORAS)

Resultado de aprendizaje	TRA	TR*P	TC*P	PERI.	CONTENIDOS	INDICADOR DE DESEMPEÑO
1. DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO	142H	10H	10H	II	ATENCIÓN AL CLIENTE: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y FINALIDAD	ATIENDE LAS SOLICITUDES DE LOS CLIENTES TENIENDO EN CUENTA POLÍTICAS DE SERVICIO
1. DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO		90H	90H	III	RELACIONES CON CLIENTES: CONCEPTO, FINALIDAD SATISFACCIÓN AL CLIENTE: CONCEPTO FIDELIZACIÓN AL CLIENTE: CONCEPTO HALLAZGOS: CONCEPTO CICLO DE SERVICIO: CONCEPTO, ETAPAS	MANEJA RESPUESTA A CLIENTES SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN PRESENTA INFORME DE TRAZABILIDAD DE SERVICIO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
1. DETERMINAR ACCIONES POSTVENTA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SERVICIO		42H	90H	IV	TRIÁNGULO DE SERVICIO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, ESTRUCTURA MOMENTOS DE VERDAD: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS TRAZABILIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE: CONCEPTO, ELEMENTOS, HERRAMIENTAS Y CANALES	ELABORA INFORME POSVENTA CON BASE EN LA EXPERIENCIA CON EL CLIENTE PROPONE ACCIONES DE MEJORA DEL SERVICIO SEGÚN MOMENTOS DE VERDAD CRÍTICOS
2. EJECUTAR ACCIONES POSTVENTA DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	48H	48H		IV	POSTVENTA: CONCEPTO, ETAPAS, ELEMENTOS, PROCESO Y PROCEDIMIENTO HERRAMIENTAS POSVENTA: CONCEPTO, TIPOS ACCIONES MEJORA: CONCEPTO, UTILIDAD	
TOTAL HORAS COMPE.			190			

ASESORIA COMERCIAL GRADO 10.01 Y 11.01

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

III VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES.. (280 HORAS)

Resultado de aprendizaje	TRA	TR*P	TC*P	PERI.	CONTENIDOS	INDICADOR DE DESEMPEÑO
1.ESTRUCTURAR PROPUESTA COMERCIAL DEL PRODUCTO Y SERVICIO DE ACUERDO CON EL MERCADO OBJETIVO	140H	20H	20H	III (10°)	PRODUCTO: CONCEPTO, ATRIBUTOS, CLASIFICACIÓN, FUNCIONES, BENEFICIOS, CARACTERÍSTICAS, REFERENCIAS Y TIPOS	determina las necesidades y deseos del cliente según segmento de mercado reconoce los productos y servicios a partir del portafolio comercial utiliza herramientas ofimáticas para la elaboración de la propuesta comercial según requerimientos de la organización
		90H	90H	IV (10°)	EMPAQUE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS ENVASE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS EMBALAJE: CONCEPTO, TIPOS, FUNCIONES Y USOS SURTIDO: CONCEPTO, DIMENSIONES, NIVELES, ESTRUCTURA, USOS Y BENEFICIOS CICLO DE VIDA: CONCEPTO, ESTRATEGIAS SERVICIO: CONCEPTO, CLASES Y CARACTERÍSTICAS NECESIDADES: CONCEPTO, ESCALA PORTAFOLIO: CONCEPTO, ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS PROPUESTA COMERCIAL: CONCEPTO Y ELEMENTOS NEGOCIACIÓN: CONCEPTO, TIPOS, CARACTERÍSTICAS Y APLICABILIDAD HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS: CONCEPTO, TIPOS Y MANEJO	
		30H	90H	I (11°)	COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y ELEMENTOS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: CONCEPTO, TIPOS Y USO DEMOSTRACIONES DE PRODUCTO O SERVICIO: CONCEPTO Y TIPOS EXHIBICIÓN: CONCEPTO, TIPOS, FORMAS, NIVELES, ZONAS, TÉCNICAS MATERIAL POP: CONCEPTO, TIPOS	APLICA TÉCNICAS DE EXHIBICIÓN TENIENDO EN CUENTA EL PRODUCTO OFERTADO
2. EFECTUAR LA VENTA CUMPLIENDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	140H	60H		I (11°)	MERCHANDISING: CONCEPTO, TIPOS, BENEFICIOS ESTRATEGIAS DE VENTAS: CONCEPTO, TIPOS ARGUMENTO DE VENTAS: CONCEPTO, TIPOS Y TÉCNICAS VENTA: CONCEPTO, TIPOS, FASES CIERRE VENTA: CONCEPTO, TÉCNICAS	DEMUESTRA FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIOS PARA LA VENTA SEGÚN NECESIDADES DEL CLIENTE VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS ACUERDOS SEGÚN LINEAMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN
		80H	80H	II (11°	OBJECIONES: CONCEPTO, TIPOS Y TÉCNICAS CONDICIONES COMERCIALES: CONCEPTO, TIPOS DOCUMENTOS COMERCIALES: CONCEPTO, CLASES, ELEMENTOS Y DILIGENCIAMIENTO TRANSACCIONES COMERCIALES: CONCEPTO, CLASES, SOPORTES, PROCESO, ELEMENTOS Y FORMAS DE PAGO	INTERACTÚA CON EL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLO DE SERVICIO
TOTAL HORAS COMPE.			280			

ASESORIA COMERCIAL GRADO 10.01

IV..APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE. (30 HORAS)

Resultado de aprendizaje	TRA	TR*P	TC*P	PERI.	CONTENIDOS	INDICADOR DE DESEMPEÑO
1. INTERPRETAR LOS PROBLEMAS AMBIENTALES Y DE SST TENIENDO EN CUENTA LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN Y EL ENTORNO SOCIAL	8		30H	I	CONTEXTUALIZACIÓN EN MEDIO AMBIENTE: CONCEPTO, COMPONENTES AMBIENTALES, AIRE, AGUA, SUELO, FLORA Y FAUNA, CARACTERÍSTICAS Y DEFINICIONES. RESIDUOS, VERTIMIENTOS, EMISIONES, VIBRACIONES, OLORES Y TEMPERATURA: CONCEPTOS, CAUSAS Y EFECTOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE, PROBLEMÁTICA AMBIENTAL, MANEJO AMBIENTAL. CONTAMINACIÓN AMBIENTAL: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CASOS.	contextualiza el entorno ambiental y de la seguridad y salud en el trabajo según la normatividad vigente.
2. EFECTUAR LAS ACCIONES PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y DE SST, TENIENDO EN CUENTA LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN	8				CONTEXTUALIZACIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: SEGURIDAD, SALUD, ENFERMEDAD COMÚN, ENFERMEDAD LABORAL ACCIDENTE DE TRABAJO, LUGAR DE TRABAJO. PELIGROS Y RIESGOS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, CLASES Y EFECTOS.	analiza la problemática ambiental, peligros y riesgos de las personas en su desempeño laboral 3 según marco normativo. .
3. VERIFICAR LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y DE SST ACORDE CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS PARA EL ÁREA DE DESEMPEÑO LABORAL	7				PLANES Y PROGRAMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SST: CONCEPTO, OBJETIVO Y ESTRUCTURA. MANEJO AMBIENTAL: PREVENCIÓN, CONTROL Y MITIGACIÓN. PROCEDIMIENTOS PARA EL MANEJO AMBIENTAL: CARACTERÍSTICAS Y CLASES. CONTROL DE RIESGOS DE SST: FUENTE, MEDIO E INDIVIDUO. PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO SEGURO: DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y CLASES. PLANES DE EMERGENCIA: CONCEPTO, ALCANCE, ROLES DE LAS BRIGADAS DE EMERGENCIA. MECANISMOS DE CONTROL EN LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO: ELEMENTOS Y EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL, PROCEDIMIENTOS, SEÑALIZACIÓN, HIGIENE POSTURAL, DEMARCACIÓN, ORDEN Y ASEO.	interpreta los planes y programas de gestión ambiental y de sst según las condiciones de su ambiente laboral. identifica los procedimientos de control operacional, ambiental y de seguridad y salud en eltrabajo de acuerdo con la política de la organización.

4. REPORTAR LAS CONDICIONES Y ACTOS QUE AFECTEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA SST, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL Y SOCIAL	7				PROCEDIMIENTOS DE SEGUIMIENTO A LAS CONDICIONES AMBIENTALES Y DE SST: CONCEPTO, ALCANCE Y RESPONSABILIDADES. LISTAS DE CHEQUEO: CONCEPTO, OBJETIVO Y ESTRUCTURA. ACTOS Y CONDICIONES INSEGURAS: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y REPORTE. PERMISOS DE TRABAJO EN EL CONTEXTO AMBIENTAL Y DE SST: CONCEPTO, OBJETIVO Y ESTRUCTURA.	aplica técnicas y procedimientos de control para el manejo ambiental y prevención de enfermedades laborales y accidentes de trabajo teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por la organización
TOTAL HORAS COMPE.			30			

ASESORIA COMERCIAL GRADO 10.01

V. DERECHOS FUNDAMENTALES DEL TRABAJO

Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.. (30 HORAS)

Resultado de aprendizaje	TRA	TR*P	TC*P	PERI.	CONTENIDOS	INDICADOR DE DESEMPEÑO
1. VALORAR LA IMPORTANCIA DE LA CIUDADANÍA LABORAL CON BASE EN EL ESTUDIO DE LOS DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES DEL TRABAJO		8	30		. PERSONA SOCIEDAD Y TRABAJO DIGNIDAD HUMANA, DEMOCRACIA, EL TRABAJO, JUSTICIA Y PAZ. DESARROLLO HUMANO INTEGRAL. DIVERSIDAD CULTURAL FENOMENOLOGÍA DEL MUNDO DEL TRABAJO 2. LEYES FUNDAMENTALES Y MANDATOS LEGALES POLÍTICA. DERECHOS HUMANOS Y CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. PRINCIPIOS Y DERECHOS DE LA OIT: DECLARACIÓN DE LA O.I.T. DERECHO A LA VIDA. DERECHOS POLÍTICOS Y CIVILES. TRABAJO DIGNO Y DECENTE: DEFINICIÓN, ANÁLISIS DEL TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO.	compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales del trabajo. argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales del trabajo en la línea del tiempo. .
2. PRACTICAR LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DEL TRABAJO DE ACUERDO CON LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LOS CONVENIOS INTERNACIONALES		8			3. DERECHOS DEL TRABAJO Y CIUDADANÍA LABORAL DERECHOS DEL TRABAJO Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DIALOGO SOCIAL PERSONA SUJETA DE DERECHOS Y DEBERES EN EL CONTEXTO DE LOS DERECHOS HUMANOS DERECHOS INDIVIDUALES Y COLECTIVOS DEL TRABAJO: CARACTERÍSTICAS Y CAMPOS PARA EL DESARROLLO DEL DERECHO INDIVIDUAL Y COLECTIVO EN EL MUNDO DEL TRABAJO MECANISMOS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL TRABAJO. TRABAJO DECENTE: INTEGRACIÓN DE POLÍTICAS	analiza de manera autónoma situaciones que repercuten en el desarrollo de los procesos sociales desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos. selecciona los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral aplicando la normativa.

					IGUALDAD DE GÉNERO: EQUIDAD Y BALANCE DE GÉNERO TRABAJO FORZADO Y TRABAJO INFANTIL ENFOQUE DIFERENCIAL, VALOR CIUDADANO PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL DISCRIMINACIÓN LABORAL EN CASOS DE ENFERMEDADES TERMINALES RESOLUCIÓN PACÍFICA DE LOS CONFLICTOS; NEGOCIACIÓN COLECTIVA Y HUELGA DERECHOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL: EFICIENCIA, EFICACIA, EFECTIVIDAD.	elabora documentos relacionados con las obligaciones económicas, sociales, bienestar derivadas de las acciones laborales de acuerdo con la normativa. evalúa los resultados de la aplicación de los mecanismos de protección para el ejercicio de la ciudadanía laboral acorde con la normativa.
3. RECONOCER EL TRABAJO COMO UNO DE LOS ELEMENTOS PRIMORDIALES PARA LA MOVILIDAD SOCIAL Y TRANSFORMACIÓN VITAL		7			4. EJERCICIO DE LOS DERECHOS DEL TRABAJO. APLICACIÓN DE LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DEL TRABAJO CAJA DE HERRAMIENTAS LABORALES: SALARIO, PRESTACIONES SOCIALES, SEGURIDAD SOCIAL Y CONTRATACIÓN. SOCIEDAD DEL OCIO: RECREACIÓN, DEPORTE, ARTE CULTURA, VIDA FAMILIAR. DERECHOS Y LIBERTADES CIUDADANAS. 5. DERECHO A LA ASOCIACIÓN, NORMATIVIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL. VALORES DEMOCRÁTICOS SOBRE EL SINDICALISMO. NORMATIVIDAD NACIONAL E INTERNACIONAL ASOCIACIONES SINDICALES, LIBERTAD SINDICAL Y DERECHOS ASOCIADOS. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y SINDICAL DERECHO DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA:, AGENTES, RECONOCIMIENTO DE LA ASOCIACION PARA RESOLVER PROBLEMAS	propone estrategias de solución de conflictos y negociación de acuerdo con la normativa. justifica la importancia de los derechos de los pueblos y de la solidaridad en el ejercicio de la ciudadanía laboral de acuerdo con la normativa.
4. PARTICIPAR EN ACCIONES SOLIDARIAS ORIENTADAS AL EJERCICIO DE LOS DERECHOS HUMANOS, DE LOS PUEBLOS Y DE LA NATURALEZA		7			6. DERECHOS DE SOLIDARIDAD O DE LOS PUEBLOS RELACIÓN ENTRE EL SER HUMANO, LA NATURALEZA Y EL PLANETA. AUTODETERMINACIÓN DE LOS PUEBLOS Y DESARROLLO SOSTENIBLE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO E IMPACTO AMBIENTAL EN COLOMBIA. POSTCONFLICTO Y PAZ APROPIACIÓN DEL AVANCE Y USO DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA. EL DESARROLLO QUE PERMITA UNA VIDA DIGNA IDENTIDAD NACIONAL Y CULTURAL.	relaciona, de los derechos de los pueblos y de la solidaridad, la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores de desarrollo humano. propone acciones de defensa relacionadas con la autodeterminación de los pueblos, el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria, el derecho al uso de la ciencia y la tecnología y la paz en función de los indicadores del desarrollo humano
TOTAL HORAS COMPE.			30			

EJES INTEGRADORES Y TRANSVERSALIDAD

260101033	**PROSPECTAR CLIENTES DE ACUERDO CON LOS SEGMENTOS OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE VENTAS. (190 HORAS)**				
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	MATEMATICAS	CIENCIAS NATURALES	CIENCIAS SOCIALES	LENGUA CASTELLANA	TECNOLOGIA
MERCADEO	Regresión lineal	Comercio	Medio de comunicación	Medio de comunicación Informes	Avances tecnológicos
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS:	Conjuntos	Posición geográfica Historia Clases sociales Economía	Reinos y clasificación Taxonómica	Análisis de textos	Aplicaciones con excel
DATOS	Estadísticos	Variables	Informes	Medio de comunicación Informes	Bases de datos
CLIENTES	Elementos	Población	Sociedad	Medio de comunicación Informes	Usuario
Elementos de la prospectiva	Estadística	Tecnología y sociedad	Presupuesto Nacional	Interpretación y análisis de textos en diferentes contextos	Hoja de cálculo

260101034	**MONITOREAR AL CLIENTE DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO. (190 HORAS)**				
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	**MATEMATICAS**	**CIENCIAS NATURALES**	**CIENCIAS SOCIALES**	**LENGUA CASTELLANA**	**TECNOLOGIA**
CLIENTE	Estadística y análisis de datos	Individuo	Oferta y la demanda en la economía del país	Interpretación de textos en diferentes contextos	Manejo de las TIC
Producto	Construcción de figuras geométricas	Relaciones Intraespecífica e interespecífica	Economía de mercado; economía tradicional	Proyección de ensayos y argumentación de ideas	Manejo de las TIC
VENTAS	Pronósticos	Economía	Relaciones intra específica e inter específica	Medio de comunicación Análisis de textos	Base de datos
comportamiento del consumidor	Estadística	Condiciones del medio ambiente	Inflación y modelos económicos	Análisis de textos en diferentes contextos	Hojas de calculo

260101034	**VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y OBJETIVOS COMERCIALES. (280 HORAS**				
CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS	**MATEMATICAS**	**CIENCIAS NATURALES**	**CIENCIAS SOCIALES**	**LENGUA CASTELLANA**	**TECNOLOGIA**
DOCUMENTOS COMERCIALES:	Propiedades de los números naturales, enteros, racionales, reales	El entorno	Producción y distribución de bienes y servicios	Interpretación de textos y capacidad argumentativa	Utilización de las TIC para mejorar la productividad, eficiencia, calidad y la gestión
La compra y la venta	Análisis estadístico	Condiciones del medio ambiente	El dinero	Interpretación y análisis de textos en diferentes contextos	Hoja de cálculo
Negociación	Propiedades de los números naturales, enteros, racionales, reales	El entorno		Expresión de respeto por la diversidad cultural y social del mundo contemporáneo, en las situaciones comunicativas en las que intervengan	
Producto Y servicio	Cantidades	Teoría científica y modelos	Producción y distribución de bienes y servicios	Apropiación crítica de los lenguajes no verbales para desarrollo de procesos comunicativos	Reconocimient o de tendencias tecnológicas en productos y servicios, TIC, transporte y alimentación
Clasificación internacional de productos o servicios	variables ordinales y nominales	Tecnología y sociedad	Producción y distribución de bienes y servicios	Comprensión e interpretación de textos con actitud crítica y capacidad argumentativa	Utilización de las TIC para mejorar la productividad, eficiencia, calidad y la gestión
Tecnología para la información	Uso de la hoja de cálculo de Excel	Tecnología y sociedad	Economía y modernismo	Apropiación crítica de los lenguajes no verbales para desarrollo de procesos comunicativos intencionados	Realizar proyectos donde se involucran las TIC
Técnicas de expresión oral y escrita	Sistema de numeración arábigo y simbología	El cuerpo humano		Apropiación crítica de los lenguajes no verbales para desarrollar procesos comunicativos intencionados	Realizar proyectos donde se involucran las TIC
Aspectos éticos de negociación	Valores exactos de los productos	El ser humano como un todo	Relación económica de las diferentes etnias, comunidades y culturales		Influencia de los medios de comunicación
Surtido	Geometría	Sistema nervioso	Análisis marginal, utilidad	Interpretación de textos	Hojas de cálculo en Excel
Exhibición	Geometría	Sistema muscular	Manejo y análisis de la economía de un país	Proyección de ensayos y argumentación de ideas	Manejo de las TIC
Conceptos de mercado	Gráficas Estadísticas	Economía	El individuo y su entorno	Medio de comunicación Análisis de textos	Aplicaciones con excel

COMPETENCIAS TRASVERSALES GRADOS 10º Y 11º

	ASESORIA COMERCIAL
COMPET. TRANSV O CLAVES	• Aplicación de conocimientos de las ciencias naturales de acuerdo con situaciones del contexto productivo y social. (Ciencias naturales: Física) • Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente. (Protección para la salud y el medio ambiente) • Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo. (Comunicación) • Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales. (Derechos fundamentales del Trabajo). • Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz. (Ética para la construcción de una cultura de paz). • Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales. (Actividad física y hábitos de vida saludable) • Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social. (Cultura emprendedora y empresarial) • Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia para las lenguas. (Bilingüismo) • Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales. (Matemáticas) • Resultado de Aprendizaje de la Inducción. (Inducción) • Resultado de Aprendizaje etapa practica. •
COMPETENCIAS TÉNICAS	1. Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento. (Verificación de la experiencia de servicio al cliente) • Determinar acciones postventa a partir de la experiencia de servicio 144h • Ejecutar acciones postventa de acuerdo con políticas de la organización 48h 2. Prospectar clientes de acuerdo con los segmentos objetivo y estrategia de ventas. (Determinación de clientes potenciales) • Seleccionar los criterios para la caracterización de clientes potenciales de acuerdo con segmentos de mercado 48h. • Prospectar clientes potenciales según el producto o servicio de la organización 144h 3. Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales. • Estructurar propuesta comercial del producto y servicio de acuerdo con el mercado • objetivo. 144h. • Efectuar la venta cumpliendo con políticas de la organización. 144h

Docente Responsable

IBETH MERCEDES SANCHEZ GARCIA