



CATÁLOGO NACIONAL ACCIONES DE FORMACIÓN

SECTOR COMERCIO

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

1994

SENA

SECRETARÍA NACIONAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL
Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
DIVISION DEL SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS



DISTRIBUCION COMERCIAL

PLANES Y
PROGRAMAS
DE FORMACION
PROFESIONAL



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
SUBDIRECCION DE FORMACION PROFESIONAL Y DESARROLLO SOCIAL
DIVISION DEL SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS**

**PLANES Y PROGRAMAS DE FORMACION
DISTRIBUCION COMERCIAL**

**Julio César del Valle Bayona
Subdirección de Formación
Profesional y Desarrollo
Social**

**Rodrigo Ospina Duque
Jefe División Sector Comercio
y Servicios**

Santafé de Bogotá, enero de 1994

ELABORADO POR:

WILSON MORENO LEON

Asesor de la División del Sector Comercio y Servicios

Dirección General

NOTA: Se incluyen los aportes de Carmen Elisa Martínez y Fernando Sastoque, Instructores del Centro de Gestión Comercial y Mercadeo de Bogotá, comisionados por la regional para atender la solicitud de revisión y análisis hecha por la División del Sector Comercio y Servicios

INDICE

	Pág.
PRESENTACION	4
PERFIL OCUPACIONAL DEL AUXILIAR DE COMERCIO	7
PERFIL OCUPACIONAL DEL TECNICO EN DISTRIBUCION COMERCIAL	9
ITINERARIO DE FORMACION	11
GUIA OPERATIVA DEL ITINERARIO	12
PLAN DE ESTUDIOS SUGERIDO	14
RESUMEN DE BLOQUES MODULARES Y MODULOS INSTRUCCIONALES	15
BLOQUES MODULARES:	
Básico para Comercio	19
Introducción a la Mercadotecnia	29
Informática Básica	36
Ventas	67
Merchandising y Exhibición Mercancías	81
Compras	93
Fundamentos y Procedimientos Comercio Exterior	99
Almacenamiento e Inventario de Mercancías	107
Manejo Técnico y Comercial de Alimentos Perecederos	112
La Distribución Comercial	120
La Investigación Comercial	139
La Comunicación Comercial	148
Administración Empresarial	155

PRESENTACION

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, conocedor de las necesidades del sector comercio y ajustando experiencias de países como España, se propuso definir una estructura de contenidos de formación para desarrollo en los niveles del Auxiliar de Comercio y del Técnico en Distribución Comercial.

A nivel del Auxiliar de Comercio, ya se había incursionado y es así como desde hace cinco años se venía trabajando con el programa FLUCOM de Formación Laboral Universal. Se trataba de un programa a nivel de mano de obra semicalificada, dirigido a desempleados o a nueva mano de obra, con el objetivo de capacitar al recurso humano con enfoque de polivalencia en actividades de comercio para que buscara su vinculación laboral y entonces si, de ser necesario, optar por la calificación en una actividad mas específica que correspondería con la de vinculación al mercado productivo. El mismo SENA brindaría esa calificación.

Esa finalidad se replantea y se propone calificar más el Auxiliar de Comercio, mejorando su capacidad y soporte técnico, manteniendo su orientación hacia mano de obra no vinculada, pero a nivel de Aprendizaje ya no de Habilitación en terminos de modos de formación.

Sigue siendo un egresado polivalente pero de mayor calificación dada la necesidad de tecnificación que requiere el sector comercio. Será por lo tanto objeto de patrocinio y de contrato de aprendizaje, lo cual implica una concertación a nivel regional para establecer una planeación acorde con las reales necesidades de formación existentes y no simplemente de formación para atención de la demanda social.

La estructura propuesta en este documento va más allá del Auxiliar de Comercio y plantea la formación a nivel del Técnico en Distribución Comercial, nivel de Técnico y de acuerdo a las últimas disposiciones también objeto de patrocinio en las condiciones establecidas para el efecto.

Es la formación de un recurso de mayor nivel técnico que el Auxiliar de Comercio, de mayor nivel salarial pero al mismo tiempo de mayor estructura técnica y tecnológica, con mayor base de integralidad y propulsor de los necesarios cambios tecnológicos que requiere el comercio, de ubicación en el comercio organizado moderno principalmente, sin descartar el gran comercio, con la suficiente polivalencia para desempeñarse a nivel de cualquiera de las funciones del proceso comercial, y en niveles medios de la pirámide ocupacional.

No tiene como soporte base un estudio ocupacional porque a nivel de Colombia no existe definido el cargo o puesto de trabajo, al menos con ese nombre. Pero estudios tanto del SENA, como de FENALCO y Fedesarrollo, que han tratado de caracterizar el comercio, han concluido en la necesidad de un recurso de esta índole, capaz de colaborar en la tecnificación requerida de la actividad comercial. Es precisamente la formación de un recurso no rigurosamente definido por puestos de trabajo existentes en la empresa preo de futura acción necesaria en un comercio que evoluciona y que debe proyectarse con mano de obra más funcional integralmente.

De allí que la estructura de contenidos propuesta, a nivel de detalle de contenidos de formación, no sea un modelo pedagógico de avanzada, sino un esquema sencillo de orientación y de marco de operación para los docentes y la administración pedagógica en general. Se procuró detallar los contenidos requeridos, plantearlos en secuencia técnica y con objetivos concretos o metas a cumplir, definiendo una estructura de tipo modular que permitiera una aplicación flexible y que llevará al alumno organizadamente hacia la meta ocupacional de una de las dos salidas presentadas como alternativas, aunque con bloques modulares de posible realización independiente, en desarrollo de acciones puntuales o específicas de formación.

Como quiera que se busca un perfil de polivalencia en las funciones propias del proceso mercadológico o comercial, muchos de los contenidos de formación definidos aquí corresponden a procesos formativos ya existentes en otros aspectos específicos del proceso comercial.

De allí también la diferente presentación. No había necesidad de partir de cero o nada, sino utilizar lo que existe ya definido cuando así se requiera.

La programación de esta acción de formación especialmente la del Técnico en Distribución Comercial, deberá ser concertada con el gremio, buscando un proceso no con orientación de demanda social sino económica, en el que se aseguren las pasantías empresariales para el Técnico, así como el patrocinio tanto para este como para el Auxiliar de Comercio.

Deberá ser una concertación para garantizar precisamente que quien opte por este proceso formativo tendrá el respaldo empresarial que le permitirá, además de un patrocinio, realizar la pasantía en el caso del Técnico en Distribución Comercial y la etapa productiva en el del Auxiliar de Comercio, como una verdadera adaptación laboral tanto en lo técnico como en lo humano.

PERFIL OCUPACIONAL DEL AUXILIAR DE COMERCIO

1. UBICACION

En la empresa organizada, en cualquiera de las áreas o funciones relacionadas con la actividad comercial a saber: Ventas, Compras, Comercio Exterior, Comercialización de Perecederos, Almacenamiento, especialmente en su concepción operativa.

2. Nivel educativo base: Onceavo grado (6º bachillerato)

3. TAREAS O FUNCIONES QUE EJECUTA

- 3.1 Desarrollar procesos de ventas en planta, mostrador o externas aplicando las técnicas adecuadas según tipo de venta.
- 3.2 Arreglar la mercancía objeto de la actividad comercial, impulsar su venta y ayudar en procesos de exhibición comercial de la misma como medio de llegar al consumidor y al mercado objetivo.
- 3.3 Manejar los registros y controles de ventas empresariales
- 3.4 Manejar el kárdex de proveedores, codificar, liquidar y facturar las compras aplicando procesos manuales o sistematizados a través del uso del computador y desarrollar operativamente el ciclo de esta función comercial.
- 3.5 Elaborar documentación oficial y hacer diligencias requeridas en organismos establecidos para realizar operaciones de importación o exportación de mercancías de manera legal y aplicando las disposiciones vigentes al respecto y mediante la interpretación de las mismas.

- 3.6 Manejar proceso de recibo, despacho y manipulación de mercancías con base en el funcionamiento de almacenes y ejecutar inventarios controlados de estos de acuerdo a los requerimientos empresariales y aplicando métodos manuales o sistematizados con base en el uso del computador.
- 3.7 Hacer el manejo tecnológico de los productos perecederos, determinar su calidad y técnicas de conservación y efectuar la exhibición, empaque e impulsión comercial de estos hacia la venta de los mismos.
- 3.8 Hacer el manejo administrativo del crédito comercial al consumidor como herramienta de atracción de clientela.

PERFIL OCUPACIONAL DEL TECNICO EN DISTRIBUCION COMERCIAL

1. UBICACION

En los niveles medios de la empresa comercial en sus frentes de venta, compra, almacenamiento, comercio exterior, manipulación y comercialización de perecederos, publicidad y en general con el proceso de la Distribucion Comercial de Bienes y Servicios.

2. **Nivel educativo base:** Onceavo grado (6º bachillerato) o equivalente

3. FUNCIONES QUE EJECUTA

- 3.1 Desarrollar procesos de ventas de mercancías, manejo de la fuerza de ventas según territorios establecidos de acuerdo a las características del mercado, elaborar y efectuar presupuestos de ventas, seleccionar y administrar canales de distribución y planear la distribución física más adecuada.
- 3.2 Planear, ejecutar y evaluar los procesos de compra y almacenamiento de las mercancías destinadas al mercado consumidor, sean nacionales o importadas y que deban ser colocadas en el mercado interno o externo.
- 3.3 Planear y controlar la gestión de existencias de mercancías tomando las decisiones según comportamiento del mercado y política comercial de la alta gerencia.
- 3.4 Manejo y comercialización adecuada de los perecederos en el proceso de su distribución hacia el consumidor final.

- 3.5 Planear, ejecutar y supervisar procesos de investigación comercial que permitan a la gerencia la toma adecuada de decisiones en materia comercial.
- 3.6 Planear y recomendar acciones del tipo comunicación comercial empresarial para incentivar y dinamizar la comercialización de los bienes y servicios objeto de la misión empresarial.
- 3.7 Manejar los elementos operativos básicos del proceso de distribución comercial y facilitar la toma de decisiones gerenciales sobre los aspectos que esta involucra.
- 3.8 Colaborar en la definición de estructuras organizativas empresariales para ejecución de la función comercial o misión objeto.
- 3.9 Propiciar adopción de tecnologías comerciales de avanzada que hagan más competitiva comercialmente la empresa.
- 3.10 Participar en la realización de estudios o diagnósticos que permitan a la gerencia la toma de decisiones relacionadas con la actividad comercial.

GUIA OPERATIVA DEL ITINERARIO DE FORMACION

Programa de estructura modular dirigido a la formación de aprendices en su nivel de Auxiliar de Comercio y Técnico en el de Técnico en Distribución Comercial. Nueva mano de obra en el caso de Auxiliar de Comercio, y tanto nuevo como ya vinculada para el de Técnico.

Si se adopta la formación a nivel de complementación o sea dirigida a la mano de obra ya vinculada para llegar al Técnico en Distribución Comercial, la base como prerrequisito de ingreso será el Auxiliar de Comercio o la validación ocupacional de esta salida.

Programa Integral hasta el Asistente Técnico para la formación de nueva mano de obra, pero con una salida plena aunque intermedia a nivel de Auxiliar de Comercio y de posible programación si no se requiere la opción del Técnico.

Requisito de ingreso el de onceavo grado (6º Bto.) para nueva mano de obra y 4º Bto. (más experiencia) para mano de obra vinculada cuando el objetivo es el Técnico en Distribución Comercial. Patrocinio pactado a nivel de gremio o con las empresas del sector y según lo establecido legalmente para tal fin en el SENA.

Elasticidad en la programación para optar solo a la salida de Auxiliar de Comercio o hacia la búsqueda del Técnico en Distribución Comercial.

Bloques modulares de Básico para Comercio e Introducción a la Mercadotecnia como básicos o de entrada al itinerario y pre-requisitos para Ventas e Informática Básica y resto de bloques modulares.

El bloque de Informática Básica será a su vez pre-requisito para los de Compras, Fundamentos y Procedimientos de Comercio Exterior y el de manejo Tecnológico y Comercial de Perecederos.

A su vez Ventas será pre-requisito para la realización del bloque modular de Merchandising y Exhibición Comercial de Mercancías, así como compras será pre-requisito del bloque de Almacenamiento e Inventarios de Mercancías.

La realización de estos bloques modulares, junto con Ética y Educación Física darán la certificación como Auxiliar de Comercio, certificado C.A.P. a nivel de aprendizaje y base de la continuidad hacia el Técnico en Distribución Comercial ya sea por su logro paulatino o por el proceso de validación en el caso de la mano de obra vinculada.

La Educación Física (2 horas semanales) será programada durante el tiempo que dure la formación y solo a nivel de nueva mano de obra, no de complementación. Por eso en caso del Auxiliar de Comercio, solo será de 66 horas mientras que para el Técnico en Distribución Comercial será de 88 horas. Adopción de las dos alternativas o salidas ocupacionales para objeto del contrato de aprendizaje: formación a nivel de Auxiliar en Comercio o de Técnico en Distribución Comercial definida de antemano y marco para regular lo concerniente a la duración del contrato respectivo y manejo legal del mismo. Cuotas exigidas a la empresa con base en una o en las dos salidas opcionales.

Patrocinio durante toda la etapa lectiva y productiva en el caso del Auxiliar de Comercio y de los últimos seis meses lectivos, más la pasantía de tres meses en el caso del Técnico en Distribución Comercial.

La pasantía será obligatoria para la nueva mano de obra a nivel del Técnico en Distribución Comercial, no así para la complementación o mano de obra vinculada.

Certificado de C.A.P. a nivel de Técnico a quien opte y apruebe la salida como tal.

Bloques modulares validables a nivel de complementación tanto para el Auxiliar de Comercio como del Técnico en Distribución Comercial, excepción de ETICA.

PLAN DE ESTUDIOS SUGERIDO

TRIMESTRE MES	TRIMESTRE 1			TRIMESTRE 2			TRIMESTRE 3			TRIMESTRE 4			TRIMESTRE 5			TRIMESTRE 6		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
BLOQUE C MATERIA																		
BASICO PARA COMERCIO	60		20															
INTRODUCCION A LA MERCADO TECNIA		70		20	50													
INFORMATICA BASICA	130																	
VENTAS						160												
MERCHANDISING Y EXHIBICION DE MERCANCIAS										175								
COMPRAS					60													
FUNDAMENTOS COMERCIO EXTERIOR									190									
MANEJO TECNICO Y COMERCIAL PERECEDEROS									90									
ALMACENAMIENTO E INVENTA- RIO DE MERCANCIAS											60							
ETICA										90					215			
DISTRIBUCION COMERCIAL																		
INVESTIDACION COMERCIAL															(60)			
COMUNICACION COMERCIAL														90				
ADMINISTRACION EMPRESARIAL																	120	
ESTADISTICA																70		
EDUFISICA																		

NOTA: Jornadas de 6 horas diarias (30 semanales)

BLOQUE MODULAR
BASICO PARA COMERCIO

**BLOQUE MODULAR
BASICO PARA COMERCIO**

OBJETIVO:

Que el alumno adquiera los conocimientos básicos indispensables para su aprendizaje técnico en lo comercial, que adquiera la destreza manual necesario en los aspectos de apoyo a su labor diaria y que se ubique adecuadamente en el contexto empresarial en sus factores de reglamentación laboral y comercial.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORAS
1. Mecanografía y Kárdex	80
2. Matemática Comercial	20
3. Legislación Comercial y Laboral	20
4. Comunicación Empresarial	20
5. Inglés Comercial	<u>50</u>
TOTAL	190

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1 MECANOGRAFIA Y KARDEX

OBJETIVO:

Capacitar al trabajador alumno en el manejo técnico de la máquina de escribir para elaborar documentos, cuadros, formatos y correspondencia en general, con seguridad, velocidad moderada y calidad en el trabajo final y suministrarle herramientas de manejo administrativo de la información relacionada con su trabajo.

CONTENIDOS

1. Partes de la Máquina
2. Inserción del papel
 - 2.1 Márgenes
3. Postura Correcta
4. Manejo Técnico del Teclado
 - 4.1 Escritura palabras y frases con teclado guía
 - 4.2 Escritura palabras y frases con teclado superior
 - 4.3 Escritura palabras con teclado inferior
 - 4.4 Escritura con mayúsculas y signos de puntuación
 - 4.5 Escritura de números y signos especiales
5. Elaboración de textos, cuadros y documentos
 - 5.1 Textos con copia

- 6. Escritura de cartas y documentos
 - 6.1 Textos con copias

- 7. Archivo
 - 7.1 Importancia
 - 7.2 Clases
 - 7.3 Procedimientos de archivo

- 8. Kárdex
 - 8.1 Importancia
 - 8.2 Aplicaciones
 - 8.3 Manejo de Kárdex

- 9. Principios generales de ordenamiento de documentos
 - 9.1 Alfabético
 - 9.2 Geográfico
 - 9.3 Asuntos
 - 9.4 Numérico y cronológico

DURACION: 80 Horas

MODULO No. 3
LEGISLACION COMERCIAL Y LABORAL

OBJETIVO:

Identificar la legislación comercial existente en el país y que afecta la actividad de la empresa comercial, así como lo relativo a la legislación laboral que regulará las relaciones del mismo trabajador y del grupo de trabajadores de la empresa, sus derechos y obligaciones.

CONTENIDOS

1. El comerciante
 - 1.1 Definición
 - 1.2 Presunciones
 - 1.3 Inhabilidades

2. Deberes de los Comerciantes
 - 2.1 Obligaciones
 - 2.2 Registro Mercantil
 - 2.3 Sanciones

3. Actos Mercantiles y no Mercantiles

4. La Empresa
 - 4.1 Definición y Tipos
 - 4.2 Constitución
 - 4.3 Clases de Sociedades y Características
 - 4.3.1 Colectiva
 - 4.3.2 Limitada
 - 4.3.3 En Comandita Simple
 - 4.3.4 Anónima
 - 4.3.5 En comandita por Acciones
 - 4.4 Disolución
 - 4.5 los Contratos Mercantiles, Tipos y Características

5. La Obligación Tributaria Empresarial
 - 5.1 Deberes y Obligaciones Formales
 - 5.2 Retención en la Fuente
 - 5.3 IVA

6. El Contrato de Trabajo
 - 6.1 Elementos Constitutivos
 - 6.2 Clases
 - 6.3 Periodo de Prueba
 - 6.4 Obligaciones de las partes
 - 6.5 Terminación del Contrato

7. Salario
 - 7.1 Concepto
 - 7.2 Sus componentes
 - 7.3 Formas de Remuneración
 - 7.4 Salario Mínimo y Auxilios
 - 7.5 Disposiciones Trabajos Feriados y Nocturno

8. Prestaciones Sociales y Bienestar
 - 8.1 Clases
 - 8.1.1 Primas
 - 8.1.2 Cesantías, Régimen Actual
 - 8.1.3 Vacaciones
 - 8.1.4 I.S.S.
 - 8.1.5 Cajas de Compensación
 - 8.2 Obligaciones Patronales

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 4 COMUNICACION EMPRESARIAL

OBJETIVO

Darle al alumno la destreza y precisión en el manejo del idioma para que el proceso de comunicación tanto verbal como escrito sea el adecuado al interior de la empresa y en su trato externo en desarrollo de la función comercial.

CONTENIDOS

1. Gramática
 - 1.1 Morfología
 - 1.2 Sintaxis

2. Redacción
 - 2.1 Correspondencia Comercial

3. La Comunicación
 - 3.1 Definición
 - 3.2 Propósitos
 - 3.3 Procesos
 - 3.4 Elementos
 - 3.5 Barreras de Comunicación

4. El Mensaje

5. La Comunicación de Doble Vía

6. Retroalimentación

7. La Comunicación de una Vía

- 8. Clases de Comunicación Organizacional
 - 8.1 Ascendente
 - 8.2 Descendente
 - 8.3 Horizontal

- 9. La Comunicación en la Empresa
 - 9.1 Concepto y Objetivos
 - 9.2 El proceso de la Comunicación
 - 9.3 Dificultades en la Comunicación y Soluciones
 - 9.4 Medios de Comunicación

DURACION: 20 Horas

**MODULO INSTRUCCIONAL 5
INGLES COMERCIAL**

OBJETIVO

Que el alumno afiance su vocabulario y manejo del Inglés, conozca los términos específicos del idioma utilizados en la actividad comercial y pueda entender catálogos, instructivos y recomendaciones expresadas en Inglés

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORAS
1. Partes de la oración y manejo verbo TO BE	10
2. Verbos auxiliares y compuestos	10
3. Tiempos simples y perfectos del verbo	15
4. Construcción de frases	12
5. Términos comerciales de mayor uso en distribución comercial	3
TOTAL	50

BLOQUE MODULAR

INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA

BLOQUE MODULAR Nº 2
INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA

OBJETIVO:

Que el alumno se ubique en el contexto de la actividad comercial, de sus funciones y concepciones técnicas, de sus fundamentos y principios generales para que logre entender su aprendizaje específico en cada área que involucra la comercialización y el mercadeo.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES		HORAS
1	Conceptualización sobre mercadotecnia	20
2	Funciones del Proceso Mercadológico	20
3	El Consumidor	15
4	El Producto	15
TOTAL		70

Bloque Modular:	Introducción a la Mercadotecnia
Modulo Instruccional:	Conceptualización sobre mercadotecnia
Duración:	20 Horas

OBJETIVO: Que el alumno domine los conceptos de Mercadeo, su entorno empresarial, que identifique y caracterice las variables a considerar en el mismo y los elementos que en él intervienen.

TAREAS Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HORAS	INFORMACION COMPLEMENTARIA INTEGRAL
<p>Conocer y definir la Mercadotecnia y el entorno empresarial del proceso.</p> <p>Identificar las variables en el proceso de Mercadeo</p>	<p>1. CONCEPTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -MERCADOTECNICA -Comercialización, mercadeo venta -El Mercadeo estratégico y operacional. -Gestión de Mercadeo -Estrategía de Mercadeo 	5	
	2. EVOLUCION HISTORICA DEL MERCADEO		
	3. MEZCLA DE MERCADEO	2	
	<ul style="list-style-type: none"> -Las cuatro P. 		
	4. SU ENTORNO EMPRESARIAL	2	
	<ul style="list-style-type: none"> -Tecnológico -Económico -Social -Político -Legal y Cultural 		
	5. LA COMPETENCIA	1	
	6. LOS MERCADOS: CARACTERISTICAS.		
	7. LA FUERZA DE VENTAS		
	8. LA INVESTIGACION DE MERCADOS	5	
<ul style="list-style-type: none"> -Definición y Objetivos -Cuando Hacerla -Quien Hacerla -Sistema de Investigación de Mercados. -El Proceso de Investigación de Mercados. 			
9. SEGMENTACION DEL MERCADO	3		
10. EVOLUCION DE LOS MERCADOS.	2		

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL Funciones del Proceso Mercadológico	DURACION 20 Horas
----------------	---	-----------------------------

OBJETIVO:

Conocer acerca de cada una de las funciones del Mercado, sus principales características y principios con el fin de tener un marco global acerca de la Mercadotecnia.

TAREAS Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	INFORMACION COMPLEMENTARIA INTEGRAL
Identificar y caracterizar cada función del Mercadeo o del proceso Mercadológico.	<ul style="list-style-type: none"> - El proceso Mercadológico. Funciones de la Mercadotecnia - VENTAS: Clases de Ventas, zonas de ventas, psicología de ventas. Sus elementos y entorno empresarial. - COMPRAS: El proveedor, tipos de compras. Su entorno empresarial. - TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO: Clase de transporte según naturaleza del producto. Conservación, almacenamiento, inventarios y stocks. - PERECEDEROS Y SU MANEJO Almacenamiento y sus políticas. - FUNCIONES DE FACILITACION Seguros, Financiación, Standardización, clasificación, simplificación. La información de mercados. - COMERCIO EXTERIOR: Importaciones, Exportaciones, Aduanas, Monedas y Balanza de pagos. 	

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL EL CONSUMIDOR	DURACION 15 HORAS
----------------	---	--------------------------

OBJETIVO

Conocer acerca del consumidor y de las necesidades de diversa índole que motivan su acción dentro del proceso Mercadológico

TAREAS Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	INFORMACION COMPLEMENTARIA INTEGRAL
Identificar y caracterizar al consumidor como elemento clave en el proceso Mercadológico.	<ul style="list-style-type: none"> - Clasificación de las necesidades según teoría Económica, Sociológica y Psicológica. - Las necesidades y el consumidor - Clases de consumidores - Hábitos de consumo - Influencias socioculturales en el comportamiento del consumidor: <ul style="list-style-type: none"> - Ciclo de vida familiar - Los grupos de referencia - Clase social - Conducta - Motivación - Relaciones Consumidor-Empresa 	

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL EL PRODUCTO	DURACION 15 HORAS
----------------	-------------------------------------	----------------------

OBJETIVO

Identificar y caracterizar al elemento producto como parte vital del proceso mercadológico

TAREAS Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	INFORMACION COMPLEMENTARIA INTEGRAL
	<ul style="list-style-type: none"> - El producto: Clasificación y sus características. concepto - - Ciclo de vida del producto - Productos nuevos: Planeación, desarrollo y lanzamiento. - Las estrategias producto-Mercado. - Producto-servicio - Producto-consumidor - Producto-distribuidor - Producto-precio - Producto-calidad - Producto-marca <p>El producto frente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Marca -Etiqueta -Envase -Empaque y embalaje -El servicio 	

BIBLIOGRAFIA

TAYLOR Weldon J, Fundamentos de Mercadeo

LIPSON Harry A, Fundamentos de Mercadotecnia, Editorial Limusa

FISHER Laura, Mercadotecnia, Editorial Interamericana. 1986

HULBERT James M, Mercadotecnia, Una Perspectiva Estratégica, Editorial
Mc Graw Hill

BLOQUE MODULAR
INFORMATICA BASICA

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS		SECTOR ALIADIDAD BLOQUE MODULAR		: COMERCIO EN MERCADEO : TECNICO EN INFORMATICA BASICA : INFORMATICA		
REQUISITOS DE INGRESO	TENER LOS CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS, BASICOS Y DE INTEGRALIDAD DEL BLOQUE MODULAR BASICO DE MERCADEO.	OBJETIVO	PROPORCIONAR A LOS TRABAJADORES ALUMNOS UNA VISION AMPLIA DE LA INFORMATICA MEDIANTE EL CONOCIMIENTO DE LOS ELEMENTOS TEORICO - PRACTICOS, BASICOS Y SUFICIENTES QUE LE PERMITAN UTILIZAR DE MANERA FACIL Y ADECUADA LOS SISTEMAS DE PROCESAMIENTO ELECTRONICO DE INFORMACION APPLICABLES A LA MERCADOTECHIA.	MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	CODIGO	DURACION
	1. APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE LA INFORMATICA. 2. MANEJO DE SISTEMA OPERATIVO D.O.S. 3. PROCESAMIENTO DE PALABRA. 4. MANEJO DE HOJA ELECTRONICA. 5. MANEJO DE BASE DE DATOS. 6. MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS.					15 HORAS 15 HORAS 18 HORAS 48 HORAS 48 HORAS 18 HORAS
TOTAL...						138 HORAS

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADIDAD ESPECIE MODULAR BLOQUE INSTRUCCIONAL MODULO

COMERCIO EN MERCADERO TECNICO EN BASICA INFORMATICA APLICACIONES DE LAS FUNDAMENTOS DE INFORMATICA

INT. SERVICIOS PERSONALES

OBJETIVO DEL MODULO INSTRUCCIONAL :

UTILIZAR CONCEPTOS Y TECNICAS APROPIADAS PARA ORGANIZAR Y ELABORAR ALGORITMOS DE LECTURA, CALCULO Y ESCRITURA APLICABLES EN PROCESOS DEL MANEJO DE INFORMACION DE MARCADOTECHIA, DESCRIBIENDO LOS DATOS DE ENTRADA, LOS PROCESOS Y LA SALIDA DE INFORMACION.

OPERACIONES

1. DESCRIBIR EL ENFOQUE DE SISTEMAS PARA LA SOLUCION DE PROBLEMAS.
2. DESCRIBIR EL PROCESAMIENTO DE DATOS.
3. IDENTIFICAR Y EXPLICAR LOS COMPONENTES FISICOS DE UN COMPUTADOR.
4. DESCRIBIR LA ESTRUCTURA DE LA CPU.

5. IDENTIFICAR Y EXPLICAR LA FUNCION DE LOS MEDIOS DE ALMACENAMIENTO EXTERNO.
6. DESCRIBIR POR SU FUNCION LOS DIFERENTES TIPOS DE SOFTWARE.
7. ELABORAR ALGORITMOS.
8. VISUALIZAR LA SOLUCION DE UN PROBLEMA UTILIZANDO UN LENGUAJE DEL COMPUTADOR.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTORIALIDAD
 ESPECIALIDAD
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

COMERCIO EN MERCADEO
 TECNICICO EN MERCADEO
 INFORMATICA BASICA
 APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE
 INFORMATICA.

PÁG. 1 DE 1

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
1. CONCEPTO DE SISTEMAS. 2. DEFINICION DE SISTEMA. 3. ELEMENTOS DE UN SISTEMA. 4. CLASES. 5. DATOS E INEGRACION. 6. CONCEPTO DE ARCHIVOS. 7. OPERACIONES CON LOS DATOS. 8. CONCEPTO DE INFORMATICA. 9. CONCEPTO DEL COMPUTADOR. 10. HISTORIA DEL COMPUTADOR. 11. ELEMENTOS DE ENTRADA. 12. UNIDAD CENTRAL DE PROCESO. 13. ELEMENTOS DE SALIDA. 14. ESTRUCTURA DEL CPU. 14.1. UNIDAD DE CONTROL. 14.2. UNIDAD ARITMETICA-LOGICO. 14.3. MEMORIA PRINCIPAL. 14.4. TIPOS DE MEMORIA. 14.5. UNIDADES DE INFORMACION BIT-BYTE.		1. METODO CIENTIFICO DE SOLUCION DE PROBLEMAS. 2. COMPRENSION DE LECTURA Y ESCRITURA. 3. PRINCIPIOS DE ELECTROMAGNETISMO. 4. PRINCIPIOS DE LINGUISTICA GENERAL. 5. OPERACIONES ARITMETICAS-BASICA. 6. TEORIA DE CONJUNTOS.		1. DESARROLLO DE ACTITUDES DE : 1.1. ANALISIS. 1.2. SINTESIS. 1.3. CREATIVIDAD. 1.4. SOCIABILIDAD. 2. APLICACION DE NORMAS DE SEGURIDAD CON LA CPU. 3. APLICACION DE NORMAS DE SEGURIDAD CON LOS EQUIPOS PRINCIPAL Y PERIFERICOS. 4. NORMAS DE SEGURIDAD CON LOS PROGRAMAS Y EQUIPOS ESPECIALS.	TOTAL... 18 TOTAL... 4 TOTAL... 1

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIDAD
ESPECIFICAR
BLDODULO
MODULO

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN BASICA
: INFORMATICA BASICA
INSTRUCCIONAL: MANEJO DE SISTEMA OPERATIVO DOS.

INT. MOVILES P. 1. 1. E. M. P. E.

OBJETIVO DEL MODULO INSTRUCCIONAL:

A PARTIR DE UN PROBLEMA DE MANEJO DE INFORMACION, ESTAR EN CAPACIDAD DE UTILIZAR EL COMPUTADOR Y SUS PERIFERICOS BASICOS PARA CREAR, ADMINISTRAR Y MANEJAR ARCHIVOS FISICOS, OBTENER INFORMACION POR FAMILIA E IMPRESORA Y TENER LAS BASES PARA LA UTILIZACION DE PAQUETES TANTO DE APLICACION GENERAL COMO ESPECIFICA PARA LA MERCATOLOGIA.

OPERACIONES

- | | |
|---|---|
| 1. IDENTIFICAR LOS COMPONENTES LOGICOS DEL SISTEMA OPERATIVO. | 3. PREPARAR DISCOS FLEXIBLES. |
| 2. IDENTIFICAR LOS DISPOSITIVOS FISICOS DOS, RECONOCER Y OPERAR EL TECLADO DEL MICRO. | 9. VISUALIZAR CONTENIDO DE UN ARCHIVO DE TEXTO. |
| 3. ESPECIFICAR ARCHIVOS DOS. | 10. IMPRIMIR ARCHIVOS Y DIRECCIONAR A LA IMPRESORA. |
| 4. INICIAR EL SISTEMA OPERATIVO E IDENTIFICAR LA UNIDAD DE DISCO POR DEFECTO. | 11. RENOMBRAR ARCHIVOS. |
| 5. DIFERENCIAR LOS TIPOS DE COMANDOS DOS. | 12. BORRAR ARCHIVOS. |
| 6. LISTAR ARCHIVOS DE UN DISCO, VERIFICAR DISCO Y MEMORIA. | 13. ORGANIZAR ARCHIVOS EN SUBDIRECTORIOS. |
| 7. COPIAR Y COMPARAR ARCHIVOS, DUPLICAR Y COMPARAR DISCOS FLEXIBLES. | 14. ESTABLECER EL AMBIENTE DE OPERACION DEL SISTEMA, PARA CREAR ARCHIVOS DE PROCEDIMIENTOS. |

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADIDAD
 ESPECIE MODULAR
 BLOQUE INSTRUCCIONAL
 MÓDULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN BASICA
 : INFORMATICA
 : MANEJO DEL SISTEMA OPERATIVO DOS.

PÁG. 1 DE 2

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	BASICOS	INTEGRALIDAD
HRS.	HRS.	HRS.
1. SISTEMA OPERATIVO. 1.1. DEFINICION. 1.2. FUNCIONES. 2. EQUIPOS. 2.1. CONSOLA. 2.2. IMPRESORA. 2.3. UNIDADES DE DISCO. 2.4. PUERTOS DE COMUNICACION. 2.5. PROTECCION DE DISCOS. 3. NOMBRES DE DISPOSITIVOS DOS. 4. FUNCIONES DOS. 5. ARCHIVOS, NOMINACIONES Y ESPECIFICACIONES. 6. INICIACION DEL DOS. 6.1. DATOS DE ENTRADA. 6.2. ESTADO DE PROGRAMAS. 6.3. REINICIACION DEL SISTEMA COMMAND. COM. 7. COMANDOS INTERNOS Y EXTERNOS. 7.1. EXTENSIONES COM. EXE. BAT. 7.2. CONSIDERACIONES Y NOTACION DE COMANDOS.		1. NORMAS DE SEGURIDAD PARA OPERACION DE EQUIPO ELECTRICO. 2. CONDICIONES AMBIENTALES PARA OPERACION DEL EQUIPO. 3. HIGIENE. 4. CUIDADOS DE DISCOS FLEXIBLES. 5. RESPONSABILIDAD POR LA INFORMACION. 6. PREVENCIÓN DEL CONTAGIO POR VIRUS.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ESPECIALIDAD DE BLOQUE MODULAR INSTRUCCIONAL

COMERCIO TECNICO EN MERCADEO INFORMATICA BASICA MANEJO DE SISTEMAS OPERATIVOS

NOVA. 2 1 2 2

C O M T E M I D O S

TECNOLOGICOS	BASICOS	INTEGRALIDAD	HRS.	HRS.	HRS.
8. COMANDOS DIR, CHECK.					
9. CONCEPTO DE FRAGMENTACION DE ARCHIVOS.					
10. ARCHIVOS OCULTOS.					
11. COMANDOS COPY, COPY, DISKCOPY, DISKCOMP.					
12. COMANDOS FORMAT, SYS.					
13. COMANDO TYPE, DISPOSITIVO DE CONSOLA.					
TOTAL...	12	TOTAL...	12	TOTAL...	3

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD : COMERCIO TECNICO EN MERCADERO : INFORMÁTICA BASICA : PROCESAMIENTO DE PALABRA. INT. MOZABIA MAX. 10 HRS.

MODULO INSTRUCCIONAL : PROCESAMIENTO DE PALABRA.

OBJETIVO DEL MODULO INSTRUCCIONAL :

ELABORAR DOCUMENTOS UTILIZANDO UN PROCESADOR DE PALABRAS, APLICANDO LAS FACILIDADES QUE PROPORCIONA EL PROGRAMA Y LAS TECNICAS QUE EL TRABAJO REQUIERE.

OPERACIONES

1. CARGAR EL PROGRAMA E IDENTIFICAR LOS MENU DE OPERACION.
2. ABRIR ARCHIVO, MECANOGRAFICAR TEXTO Y GRABAR.
3. DESPLAZAR EL CURSOR.
4. INSERTAR, BORRAR Y REFORMATAR.
5. MANIPULAR BLOQUES DE TEXTO.
6. MARGINAR, CENTRAL, SANGRAR, TABULAR Y ESPACIAR.
7. UTILIZAR EFECTOS ESPECIALES DE IMPRESION.

8. IMPRIMIR ARCHIVO.
9. BUSCAR, SUSTITUIR TEXTO Y COLOCAR MARCAS.
10. IMPORTAR Y EXPORTAR TEXTO.
11. BORRAR, RENOMBRAR Y COPIAR ARCHIVOS.
12. DISEÑAR Y COMPOHER LA SALIDA DE LA PAGINA IMPRESA.
13. COMBINAR DATOS VARIABLES Y TEXTO, PARA FUSIONAR E IMPRIMIR SECUENCIALMENTE ARCHIVOS.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCIONALIDAD
 ESPECIALIDAD
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN MERCADEO
 : INFORMATICA BASICA
 : PROCESAMIENTO DE PALABRA.

NOVA. I I E 6

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	INTEGRALIDAD	HRS.
1. EL PROCESADOR DE PALABRA. 1.1. CONCEPTO. 1.2. TIPOS DE PROCESADOR DE PALABRAS. 1.3. APLICACIONES. 2. CARGAR EL PROGRAMA. 2.1. CONCEPTO. 2.2. PROCEDIMIENTO. 3. MENU. 3.1. CONCEPTO. 3.2. CLASES. 4. ARCHIVO. 4.1. CONCEPTO. 4.2. CLASES. 5. ABRIR ARCHIVOS. 6. CURSOR. 6.1. CONCEPTO. 6.2. PROCEDIMIENTOS PARA SU DESPLAZAMIENTO. 7. ENROLLAMIENTO DE PANTALLA. 7.1. CONCEPTO. 7.2. PROCEDIMIENTO.	8	1. ARCHIVOS. 1.1. CONCEPTO. 1.2. CLASES. 2. ABRIR ARCHIVO. 2.1. CONCEPTO. 2.2. PROCEDIMIENTOS. 3. LINEA DE ESTADO Y LINEA MAESTRA. 3.1. CONCEPTO. 3.2. MANEJO.	1. APLICACION DE NORMAS PARA LA CONSERVACION DE EQUIPOS Y MATERIALES. 2. MANEJO CORRECTO DE LOS DISKETES.	1

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADAD
ESPECIALIDAD MODULAR
BLOQUE INSTRUCCIONAL
MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN MERCADEO
: INFORMÁTICA BÁSICA
: PROCESAMIENTO DE PALABRA.

HORA: 2 DE 6

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<p>8. INSERTAR. 8.1. CONCEPTO. 8.2. PROCEDIMIENTOS. 9. BORRAR - PROCEDIMIENTO. 10. REFORMATAR. 10.1. CONCEPTO. 10.2. PROCEDIMIENTO. 11. ELQUES. 11.1. CONCEPTO. 11.2. PROCEDIMIENTO. 11.2.1. MARCA INICIAL. 11.2.2. MARCA FINAL. 11.2.3. OCULIAMIENTO DE MARCAS. 12. MOVER BLOQUES. 12.1. CONCEPTO. 12.2. PROCEDIMIENTOS. 12.2.1. COPIAR. 12.2.2. TRASLADAR. 12.2.3. BORRAR. 13. MARGENES : 13.1. CONCEPTO. 13.2. PROCEDIMIENTO</p>					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD MODULO QUE INSTRUCIONAL

COMERCIO EN MERCADEO TECNICO EN INFORMATICA BASICA PROCESAMIENTO DE PALABRAS.

1977. 3 25 3

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	MRS.	BASICOS	MRS.	INTEGRALIDAD	MRS.
14. SANGREDO.					
14.1. CONCEPTO.					
14.2. CLASIS.					
14.3. PROCEDIMIENTOS.					
15. ESPACIADO.					
15.1. CONCEPTO.					
15.2. PROCEDIMIENTO.					
16. TABULACION.					
16.1. CONCEPTO.					
16.2. PROCEDIMIENTOS.					
17. EFECTOS DE IMPRESION.					
17.1. CONCEPTO.					
17.2. CLASIS.					
17.2.1. NEGRILLA.					
17.2.2. SUBRAYADO.					
17.2.3. DOBLE IMPRESION.					
17.2.4. SUBINDICES.					
17.2.5. SUPERINDICES.					
17.2.6. SOBRIIMPRESION DE CARACTERES.					
17.3. PROCEDIMIENTOS.					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIQUIDAD BLOQUE UNIDAD INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO : TECNICO EN MERCADEO : INFORMATICA BASICA : PROCESAMIENTO DE PALABRAS.

NO. 4 DE 4

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
18. IMPRESION - PROCEDIMIENTOS.					
19. BUSCAR TEXTO.					
19.1. CONCEPTO.					
19.2. PROCEDIMIENTO.					
20. SUSTITUIR TEXTO.					
20.1. CONCEPTO.					
20.2. PROCEDIMIENTO.					
21. SEÑALIZACION DE TEXTO.					
21.1. CONCEPTO.					
21.2. PROCEDIMIENTO.					
22. OPERACIONES CON ARCHIVOS.					
22.1. CONCEPTO.					
22.2. IMPORTAR UN ARCHIVO.					
22.2.1. CONCEPTO.					
22.2.2. PROCEDIMIENTO.					
23. ESCRIBIR BLOQUE DE TEXTO A UN ARCHIVO.					
23.1. CONCEPTO.					
23.2. PROCEDIMIENTO.					
24. BORRADO, RENOMBRADO Y COPIADO DE ARCHIVOS DESDE EL MENU SIN ARCHIVOS Y DEL MENU PRINCIPAL.					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADADO
ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR
MÓDULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN MERCADEO
: INFORMATICA BASICA
: PROCESAMIENTO DE PALABRA.

1988. E. T. E. A.

C O M P E T E N C I A S

TECNOLOGICOS	BASICOS	INTEGRALIDAD	HRS.	HRS.	HRS.
25. DISEÑO DE PAGINA - CONCEPTO.					
26. ENCABEZADO Y PIE DE PAGINA.					
26.1. CONCEPTO.					
26.2. PROCEDIMIENTO.					
27. CONTROL VERTICAL DE PAGINA.					
27.1. CONCEPTO.					
27.2. PROCEDIMIENTO.					
28. NUMERACION DE PAGINA.					
28.1. CONCEPTO.					
28.2. PROCEDIMIENTO.					
29. MAILMERGE - CONCEPTO.					
30. ARCHIVO DE DATOS.					
30.1. CONCEPTO.					
30.2. PROCEDIMIENTOS.					
31. DOCUMENTO TIPO.					
31.1. CONCEPTO.					
32.2. PROCEDIMIENTOS.					
32. IMPRESION CON MAILMERGE - PROCEDIMIENTO.					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADAD
 ESPECIE MODULAR
 BLOQUE INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : INFORMÁTICA BÁSICA
 : PROCESAMIENTO DE PALABRA

M.O.A., 6 DE 6

C O N T E N I D O S

	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
TECNOLOGICOS					
33. ELABORACION DE ROTULOS - PROCEDIMIENTO.					
34. TEXOS CON CENTRO DESDE TECLADO.					
34.1. CONCEPTO.					
34.2. PROCEDIMIENTOS.					
35. IMPRESION SECUENCIAL DE ARCHIVOS.					
35.1. CONCEPTO.					
35.2. PROCEDIMIENTO.					
TOTAL...	8	TOTAL...	1	TOTAL...	1

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIADIDAD
ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR
MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN MERCADEO
: INFORMATICA BASICA
: MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.

INT. POSTALIA MAR. 42 1975.

OBJETIVO DEL MODULO INSTRUCCIONAL:

DADO UN PROBLEMA ESPECIFICO DE MERCADOTECHIA, EFECTUAR TODOS LOS CALCULOS QUE SE REQUIEREN, PRESENTARLO, GRABARLO E IMPRIMIRLO UTILIZANDO UNA HOJA ELECTRONICA DE TRABAJO.

OPERACIONES

- | | |
|--|--|
| 1. CARGAR E IDENTIFICAR EL MENU DE OPERACIONES DEL PROGRAMA. | 9. PROTEGER CELDAS, HOJAS Y ARCHIVOS. |
| 2. RECONOCER LAS CARACTERISTICAS Y EL AMBIENTE DE LA HOJA ELECTRONICA. | 10. IMPRIMIR LA HOJA ELECTRONICA. |
| 3. ENTRAR, EDITAR DATOS, GRABAR Y RECUPERAR INFORMACION. | 11. MANIPULAR LAS PRINCIPALES FUNCIONES DE LA HOJA ELECTRONICA. |
| 4. IDENTIFICAR RANGOS. | 12. BORRAR, EXTRAER Y COMBINAR ARCHIVOS DE LA HOJA ELECTRONICA. |
| 5. COPIAR, MOVER Y BORRAR DATOS DE LA HOJA ELECTRONICA. | 13. GRAFICAR INFORMACION CONTENIDA EN LA HOJA ELECTRONICA. |
| 6. INSERTAR Y BORRAR FILAS Y COLUMNAS. | 14. MANEJAR INFORMACION DEL BANCO DE DATOS DE LA HOJA ELECTRONICA. |
| 7. MODIFICAR LA PRESENTACION DE LA HOJA ELECTRONICA. | 15. ELABORAR MACROS. |
| 8. MANEJAR VENTANAS Y TITULOS. | |

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.C. Y SERVICIOS

SECTORIALIDAD MODULAR ESPECIE MODULO INSTRUCCIONAL : MANEJO DE HOJA ELECTRONICA : COMERCIO EN MERCADEO : TECNICOS EN INFORMATICA BASICA : MANEJO DE HOJA ELECTRONICA

P07A. 1 I E 5

C O M T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<ol style="list-style-type: none"> 1. HOJA ELECTRONICA. <ol style="list-style-type: none"> 1.1. CONCEPTO. 1.2. CARACTERISTICAS GENERALES. 1.3. APLICACIONES. 1.4. PROCEDIMIENTO PARA EL MANEJO DE LA HOJA ELECTRONICA. 1.5. ENTIBAR A LA HOJA ELECTRONICA. 1.6. INTRODUCIR MENU DE COMANDOS. 1.7. IDENTIFICAR COMANDOS Y SUBCOMANDOS. 1.8. SALIR DE LA HOJA ELECTRONICA. 1.9. REQUERIMIENTOS Y LIMITACIONES. 1.10 PROMPT DE LA HOJA. 1.11 CELDA. 1.12 AMPLIAR O REDUCIR TODAS LAS COLUMNAS. 1.13 DESPLAZAMIENTO EN LA HOJA. 2. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS PARA: <ol style="list-style-type: none"> 2.1. ENTRAR INFORMACION. 2.2. CORREGIR INFORMACION. 2.3. GRABAR Y RECUPERAR INFORMACION. 2.4. TECLAS DE FUNCION. 2.5. TIPOS DE DATOS. 2.6. APLICACIONES. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. OPERACION DE IMPRESORA. 2. PLANO CARTESIANO. 3. ESCALAS. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. RESPONSABILIDAD EN EL MANEJO DE LA INFORMACION CONFIDENCIAL. 	

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE CIO. Y SERVICIOS

SECCION ALIDAD ESPECIALIDAD MODULO INSTRUCTIVO

COMERCIO TECNICO EN MERCADEO : INFORMATICA BASICA : MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.

HORA. 2 DE 5

CONTENIDOS

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<p>3. RANGO.</p> <p>3.1. CONCEPTO.</p> <p>3.2. ESPECIFICAR RANGOS.</p> <p>3.3. RELATIVO, RESOLUTO Y MIXTO.</p> <p>3.4. HOMIFICACION.</p> <p>3.5. APLICACIONES.</p> <p>4. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS PARA:</p> <p>4.1. COPIAR, MOVER Y BORRAR UN DATO.</p> <p>4.2. COPIAR, MOVER Y BORRAR UN RANGO DE DATOS.</p> <p>4.3. APLICACIONES.</p> <p>4.4. INSERTAR Y BORRAR UNA FILA Y UNA COLUMNA.</p> <p>4.5. INSERTAR Y BORRAR UN CONJUNTO DE FILAS Y UN CONJUNTO DE COLUMNAS.</p> <p>5. FORMATOS.</p> <p>5.1. CONCEPTO.</p> <p>5.2. UTILIZACION.</p> <p>5.3. PROCEDIMIENTO PARA ASIGNAR FORMATOS.</p> <p>5.4. VISUALIZACION DE RANGOS Y COLUMNAS.</p> <p>5.5. CONVERSION DE CEROS A BLANCOS.</p> <p>5.6. APLICACION.</p>					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE CIO. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADIDAD
ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR
MÓDULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN MATEMATICA BASICA
: INFORMÁTICA BASICA
MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.

NOV. 3 DE 5

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<p>6. VENTANAS. 6.1. CONCEPTO. 6.2. UTILIZACION. 6.3. DISEÑO. 6.4. MANEJO.</p> <p>7. TITULOS. 7.1. DISEÑO. 7.2. MANEJO.</p> <p>8. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS PARA : 8.1. PROTEGER CELDAS, HOJAS Y ARCHIVOS. 8.2. APLICACIONES.</p> <p>9. IMPRESION. 9.1. DISEÑOS DE IMPRESION. 9.2. SELECCION DE RANGOS. 9.3. ALINEAMIENTO, IMPRESION Y AVANCE DE PAGINA</p> <p>10. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS PARA : 10.1. FUNCIONES MATEMATICAS. 10.2. FUNCIONES ESTADISTICAS. 10.3. FUNCIONES FINANCIERAS. 10.4. FUNCIONES LOGICAS.</p>					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIDADAR
ESPECIE MODULAR
BL0000 INSTRUCCIONAL
MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN MERCADEO
: INFORMATICA BASICA
: MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.

NOVA. 4 DE E

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<p>10.5. OPERADORES LOGICOS. 10.6. FUNCIONES ESPECIALES. 10.7. FUNCIONES DE FECHA Y TIEMPO. 10.8. APLICACIONES. 11. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS PARA : 11.1. BORRAR ARCHIVOS. 11.2. EXTRAER INFORMACION DE ARCHIVOS. 11.3. COHEINAR ARCHIVOS. 11.4. APLICACIONES. 12. GRAFICACION. 12.1. TIPOS DE GRAFICO. 12.2. OPCIONES DEL GRAFICO. 12.3. NOMBRAR GRAFICO. 12.4. GRABAR EL GRAFICO. 12.5. APLICACIONES. 13. BASE DE DATOS. 13.1. CONCEPTO. 13.2. ORDENAMIENTO DE DATOS. 13.3. BUSQUEDA DE INFORMACION. 13.4. OBTENCION DE INFORMACION. 13.5. APLICACION.</p>					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTA Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCION DE CIO. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD
 ESPECI ALIDAD
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN MATEMATICA BASICA
 : INFORMÁTICA BASICA
 : MANEJO DE HOJA ELECTRONICA

H O J A . 5 D E 5

C O N T E N I D O S

TECNOLÓGICOS	HRS.	BÁSICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
14. MACROS.					
14.1. CONCEPTO.					
14.2. UTILIZACION.					
14.3. SIMBOLOS.					
14.4. CREAR Y EJECUTAR MACROS.					
14.5. APLICACION.					
TOTAL...	36	TOTAL...	3	TOTAL...	1

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE CIO. Y SERVICIOS

SECCION ESPECIALIDAD MODULAR
BLOQUE INSTRUCCIONAL

COMERCIO EN MERCADO
TECNICO EN INFORMATICA BASICA
INFORMACIONAL : MANEJO DE BASE DE DATOS.

OBJETIVO DEL MODULO INSTRUCCIONAL:

PROPORCIONAR LOS FUNDAMENTOS TEORICO-PRACTICOS PARA MANIPULAR INFORMACION RELACIONADA CON LA MERCADOTECNIA EN CUALQUIERA DE SUS ACTIVIDADES, UTILIZANDO UN SISTEMA ADMINISTRADOR DE BASE DE DATOS PARA CREAR ARCHIVOS, ACTUALIZAR, CONSULTAR Y ORGANIZAR INFORMACION, PRODUCIR INFORMES Y AUTOMATIZAR TAREAS DE USO FRECUENTE.

OPERACIONES

1. DESCRIBIR CLASES DE BASES DE DATOS.
2. CARGAR Y RECONOCER LAS CARACTERISTICAS DEL PROGRAMA DE BASE.
3. CREAR ARCHIVOS DE BANCOS DE DATOS Y ADICIONAR REGISTROS.
4. EDITAR Y/O REGISTROS.
5. VISUALIZAR INFORMACION.
6. COPIAR Y EXTRAER INFORMACION.
7. ORGANIZAR LOS DATOS.
8. MODIFICAR LA ESTRUCTURA DEL REGISTRO DEL BANCO DE DATOS.

9. LOCALIZAR REGISTROS.
10. DISEÑAR E IMPRIMIR REPORTES.
11. ACTUALIZAR ARCHIVOS DE BASE DE DATOS.
12. MANIPULAR ARCHIVOS SIMULTANEAMENTE.
13. RELACIONAR Y UNIR BASES DE DATOS.
14. CREAR ARCHIVO DE VISTA Y CONSULTA.
15. MANIPULAR VARIABLES CONSTANTES Y EXPRESIONES.
16. AUTOMATIZAR TAREAS UTILIZANDO EL LENGUAJE DE PROGRAMACION DE BASE DE DATOS.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIDADAR
 ESPECI ALIDADAR
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN MERCADEO
 : INFORMATICA BASICA
 : MANEJO DE BASE DE DATOS.

COPIA. 1 DE 5

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
<ol style="list-style-type: none"> 1. CONCEPTO DE BASE DE DATOS. 2. CLASES DE BASES DE DATOS (MODELOS). 3. BASES DE DATOS RELACIONALES. <ol style="list-style-type: none"> 3.1. ENTIDAD 3.2. RELACION. 3.3. ATRIBUTO. 4. REQUERIMIENTOS DE HARDWARE. 5. CARGA DEL PROGRAMA. 6. MODOS DE OPERACION. <ol style="list-style-type: none"> 6.1. DIRECTO (EXPRESION VALIDA). 6.2. SINTAXIS. 6.3. ASISTENTE. 6.4. CARACTERISTICAS. 6.5. TECLAS DE FUNCION. 6.6. SALIR DEL PROGRAMA. 7. DISEÑO DEL ARCHIVO DE BASE DE DATOS. <ol style="list-style-type: none"> 7.1. ARCHIVO. 7.2. REGISTRO. 7.3. CAMPO TIPOS. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. OPERADORES RELACIONALES. 2. OPERADORES LOGICOS. 3. CLASIFICACION. 4. UNION DE INTERSECCION DE CONJUNTOS. 5. FUNCION MATEMATICA. 6. ALGORITMOS. 			

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIADIDAD
 ESPECIALIDAD MODULAR
 BLOQUE INSTRUCCIONAL
 MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN MERCADEO
 : INFORMATICA BASICA
 : MANEJO DE BASE DE DATOS.

1975, I, 1, 1, 1, 1

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	BASICOS	INTEGRALIDAD
<p>8. CREACION DE LA ESTRUCTURA DEL REGISTRO DE BASES DE DATOS Y ADICION DE REGISTROS.</p> <p>9. ABIR / CERRAR ARCHIVO.</p> <p>10. ADICIONAR NUEVOS REGISTROS.</p> <p>11. EDICION.</p> <p>11.1. REGISTROS INDIVIDUALES.</p> <p>11.2. GRUPOS DE REGISTROS.</p> <p>12. BORRADO.</p> <p>12.1. MARCAR REGISTROS PARA BORRAR.</p> <p>12.2. RECUPERAR - QUITAR MARCA DE BORRADO.</p> <p>12.3. ELIMINAR FISICAMENTE REGISTROS.</p> <p>13. AYUDAS - CREACION DE PANTALLAS.</p> <p>14. RANGOS EXPRESIONES Y CONDICIONES.</p> <p>15. LISTAR Y VISUALIZAR REGISTROS.</p> <p>16. FUNCIONES.</p> <p>17. MOVIMIENTO DEL PUNTERO DE REGISTROS.</p> <p>18. FILTRAR INFORMACION.</p>		

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIIDAD
 ESPECIFICIDAD
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICO EN MERCADEO
 : INFORMATICA BASICA
 : MANEJO DE BASE DE DATOS.

PÁG. 2 DE 5

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	INTEGRALIDAD	HRS.
19. DUPLICAR UN ARCHIVO DE BASE DE DATOS. 20. DUPLICAR LA ESTRUCTURA. 21. EXTRAER INFORMACION. 22. ORDENAR. 23. INDEXAR. 23.1. LLAVE O CLAVE DE REGISTRO. 23.2. CREAR ARCHIVO DE INDICE. 23.3. ACTIVAR INDICE. 23.4. REINDEXAR. 23.5. INDICE MAESTRO (ACTIVO). 24. ADICION / INSERCCION - BORRADO DE CAMPOS DE LA BASE DE DATOS ACTIVA. 25. CANCELAR PROCEDIMIENTOS. 25.1. LOCALIZAR. 25.2. REGISTROS. 25.3. ENCONTRAR REGISTROS EN ARCHIVOS INDEXADOS. 26. VALORES ASUMIDOS POR EL PROGRAMA. 27. DISEÑO Y CREACION DEL REPORTE.				

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD MODULAR
 : ALIDAD MODULAR
 : TECNICO EN MERCADEO
 : INFORMÁTICA BÁSICA
 : MANEJO DE BASE DE DATOS.

HORA. 4 12 5

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
28. SALVAR. 29. IMPRESION. 29.1. PANTALLA. 29.2. IMPRESORA. 30. DESCRIPCION DEL PROCESO DE CRUCE DE ARCHIVOS. 31. APLICACIONES. 32. TOTALIZACION DE UN ARCHIVO DE TRANSACCIONES. 33. ACTUALIZAR ARCHIVO MAESTRO. 34. CONCEPTO RELACION. 35. FUNCIONAMIENTO. 36. RELACIONAR ARCHIVOS. 37. CANCELAR RELACION. 38. UNION DE BASES DE DATOS. 39. CONCEPTOS. 39.1. VISTA. 39.2. QUERY (CONSULTA) 40. PROCEDIMIENTO PARA CREAR VISTAS. 41. PROCEDIMIENTO PARA CREAR ARCHIVO DE CONSULTA. 42. VARIABLES DE MEMORIA. 43. CONSTANTES. 44. OPERADORES. 44.1. ARITMETICOS. 44.2. RELACIONALES 44.3. LOGICOS.					

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ALIADAR
ESPECIALIDAD MODULAR
BLOQUE INSTRUCTIVO
MODULO INSTRUCTIVO

COMERCIO EN MERCADEO
TECNICO EN MERCADEO
INFORMATICA BASICA
MANEJO DE BASE DE DATOS.

MOD. E DE E

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
45. FUNCIONES. 45.1. MANEJAR CARACTERES. 45.2. CONVERSION. 45.3. MATEMATICAS. 46. EXPRESIONES. 47. INSTRUCCIONES BASICAS DE PROGRAMACION. 48. CREACION / EDICION DE ARCHIVOS DE COMANDOS. 49. EJECUCION / DEPURACION DE PROGRAMAS. 50. APLICACIONES SIMPLES. 51. TRANSFERIR DATOS DE UN ARCHIVO A LA BASE DE DATOS ACTIVA. 52. AREAS DE TRABAJO EN MEMORIA. 53. ABRIR ARCHIVOS. BASE DE DATOS ACTIVA. 54. ALIAS. 55. LISTAR INFORMACION DE VARIOS ARCHIVOS.	36		4		
TOTAL...	36	TOTAL...	4		

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR
MÓDULO INSTRUCCIONAL

COMERCIO EN MERCADEO
TECNICO EN MERCADEO
INFORMATICA BASICA
MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS.

INT. 407-714 407-12 407-12

OBJETIVO DEL MÓDULO INSTRUCCIONAL:

IDENTIFICAR Y RECONOCER ALGUNOS PAQUETES GRAFICOS, SUS FACILIDADES Y LIMITACIONES EN LAS AREAS DE ILUSTRACION, DISEÑO, GESTION Y PRESENTACION CON LA AYUDA DEL COMPUTADOR.

OPERACIONES

1. IDENTIFICAR SISTEMAS DE GRAFICACION.
2. RECONOCER DISPOSITIVOS DE GRAFICACION.
3. ELABORAR GRAFICOS DE ILUSTRACION.

4. ELABORAR GRAFICOS DE GESTION.
5. UTILIZAR EL COMPUTADOR COMO AYUDA VISUAL EN PRESENTACION.
6. IDENTIFICAR APLICACIONES GRAFICAS EN DISEÑO (DIBUJO).

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADIDAD ESPECIALIZADA QUE MODULAR EL MÓDULO INSTRUCCIONAL : COMERCIO TECNICO E INFORMÁTICA BÁSICA : MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS. HOJA. 1 DE 2

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	INTEGRALIDAD	HRS.
<p>1. GRAFICACION.</p> <p>1.1. CONCEPTOS GENERALES.</p> <p>1.2. TIPOS DE GRAFICADORES.</p> <p>1.2.1. DE ILUSTRACION.</p> <p>1.2.2. DE GESTION.</p> <p>1.2.3. DE DISEÑO.</p> <p>1.2.4. DE PROGRAMACION.</p> <p>1.2.5. DE AUTOEDICION.</p> <p>2. REQUERIMIENTO DE DISPOSITIVOS.</p> <p>2.1. CAPTURA.</p> <p>2.2. DESPLIEGUE.</p> <p>2.3. IMPRESION.</p> <p>3. PROCEDIMIENTOS Y TECNICAS PARA CARGAR Y DESCRIPCION DEL AMBIENTE DE OPERACION DEL EQUIPO</p> <p>4. COMANDOS Y TECNICAS PARA CREACION DE GRAFICOS :</p> <p>4.1. EDICION DE GRAFICOS.</p> <p>4.2. GRABAR Y RECUPERAR GRAFICOS.</p> <p>4.3. IMPRIMIR.</p> <p>5. PROCEDIMIENTOS, TECNICAS Y COMANDOS PARA :</p> <p>5.1. CAPTURA DE DATOS.</p> <p>5.2. SELECCION TIPO DE GRAFICOS.</p> <p>5.2.1. LINEAS, BARRAS, APILADAS, SECTORES.</p>		<p>1. GEOMETRIA BASICA.</p>	<p>1. DESARROLLO DE APLICACIONES PARA EL MÓDULO DE INVESTIGACIONES DE MERCADOS, EN EL MÓDULO INSTRUCCIONAL DE PRESENTACION DE INFORMES.</p>	

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
 REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
 SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD : COMERCIO EN MERCADEO
 ESPECIALIDAD : TECNICO EN MATEMATICA BASICA
 MODELO INSTRUCCIONAL : MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS.
 HOJA. 2 DE 2

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
5.3. DEFINICION DE PARAMETROS DE GRAFICACION.					
5.4. SELECCIONAR OPCIONES DE PRESENTACION.					
5.5. GRABAR Y/O RECUPERAR.					
5.6. IMPRIMIR GRAFICO.					
6. DISEÑA HISTORICA DE CAD.					
7. TIPOS DE CAD.					
7.1. ESTRUCTURA DE ALAMBRE.					
7.2. PRESENTACION DE FRONTERA.					
7.3. SOLIDOS.					
7.4. APLICACIONES.					
8. PLANEACION DE LA PRESENTACION.					
8.1. ESTRUCTURACION DE LA PRESENTACION.					
8.2. CAPTURA DE IMAGENES.					
8.3. EDICION DE IMAGENES.					
8.4. PROGRAMACION DE LA PRESENTACION.					
8.5. EJECUCION.					
TOTAL...	5	TOTAL...	1	TOTAL...	4

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE CIO. Y SERVICIOS

SECTOR ALIADADO
ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR

COMERCIO EN MERCADEO
TECNICO EN INFORMATICA
BASICA

ESTRATEGIA INSTRUCCIONAL

1. DESARROLLO DE GUIAS DE APRENDIZAJE.
2. DEMOSTRACIONES EN LOS COMPUTADORES.
3. PROYECCION DE VIDEOS.
4. TORMENTA DE IDEAS.
5. EXPLICACIONES DEL DOCENTE.

6. DISCUSIONES ORIENTADAS POR EL INSTRUCTOR.
7. EJERCICIOS MODELO PARA SOLUCION DE PROBLEMAS,
8. UTILIZACION DE PAQUETES APPLICABLES A MERCADOTECHIA.
9. ASESORIA DEL DOCENTE EN LA APLICACION DEL PAQUETE EN EL TRABAJO PRACTICO QUE TENGA QUE DESARROLLAR.
10. DESARROLLO Y APLICACION DE LOS PAQUETES COMPUTACIONALES AL EJERCICIO DEL CASO DE PRACTICA.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y COND. IMAHARCA
SUBDIRECCIÓN DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIDAD
ESPECIALIDAD
DEBQUE MODULAR

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO INFORMATICA BASICA
: INFORMATICA BASICA

B I B L I O G R A F I A

PAQUETES

- APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE INFORMATICA : LOGO.
- MANEJO DEL SISTEMA OPERATIVO : MS-DOS 4.01 MS-DOS 3.3
- PROCESAMIENTO DE PALABRAS : WORDSTAR 5.0 WORD PERFECT 5.0 WORD
- MANEJO DE BASES DE DATOS : LOTUS 1,2, QUATRO PRO EXCEL.
- MANEJO DE BASE DE DATOS : FOXBASE PRO d BASE III PLUS.
- MANEJO BASICO DE GRAFICADORES : PAINTERUSH DR. HALO HARVARD GRAPHICS
STORY BOARD.

V I D E O S

- APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE INFORMATICA .
- MANEJO DEL SISTEMA OPERATIVO.
- PROCESAMIENTO DE PALABRAS.
- MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.
- MANEJO DE BASES DE DATOS.
- MANEJO BASICO DE GRAFICADORES.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECCION ESPECIALIDAD
 BLOQUE MODULAR
 MODULO INSTRUCCIONAL

: COMERCIO EN MERCADEO
 : TECNICAS BASICAS
 : INFORMÁTICA
 : MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS.

PÁG. 1 DE 2

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
1. GRAFICACION. 1.1. CONCEPTOS GENERALES. 1.2. TIPOS DE GRAFICADORES. 1.2.1. DE ILUSTRACION. 1.2.2. DE GESTION. 1.2.3. DE DISEÑO. 1.2.4. DE PROGRAMACION. 1.2.5. DE AUTOEDICION. 2. REQUERIMIENTO DE DISPOSITIVOS. 2.1. CAPTURA. 2.2. DESPLIEGUE. 2.3. IMPRESION. 3. PROCEDIMIENTOS Y TECNICAS PARA CARGAR Y DESCRIPCION DEL AMBIENTE DE OPERACION DEL EQUIPO 4. COMANDOS Y TECNICAS PARA CREACION DE GRAFICOS ; 4.1. EDICION DE GRAFICOS. 4.2. GRABAR Y RECUPERAR GRAFICOS. 4.3. IMPRIMIR. 5. PROCEDIMIENTOS, TECNICAS Y COMANDOS PARA ; 5.1. CAPTURA DE DATOS. 5.2. SELECCION TIPO DE GRAFICOS. 5.2.1. LINEAS, BARRAS, APILADAS, SECTORES.		1. GEOMETRIA BASICA.	1. DESARROLLO DE APLICACIONES PARA EL MODULO DE INVESTIGACIONES DE MERCADOS, EN EL MODULO INSTRUCCIONAL DE PRESENTACION DE INFORMES.		

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ALIDADAR ESPECIE MODULAR BLOQUE INSTRUCCIONAL: MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS. MODULO INSTRUCCIONAL: MANEJO DE APLICACION DE GRAFICAS BASICAS. HOJA. 2 DE 2

COMERCIO EN MERCADEO : TECNICAS DE INFORMÁTICA BÁSICA : INFORMÁTICA BÁSICA

C O N T E N I D O S

TECNOLOGICOS	HRS.	BASICOS	HRS.	INTEGRALIDAD	HRS.
5.3. DEFINICION DE PARAMETROS DE GRAFICACION.					
5.4. SELECCIONAR OPCIONES DE PRESENTACION.					
5.5. GRABAR Y/O RECUPERAR.					
5.6. IMPRIMIR GRAFICO.					
6. RESEÑA HISTORICA DE CAD.					
7. TIPOS DE CAD.					
7.1. ESTRUCTURA DE ALAMBRE.					
7.2. PRESENTACION DE FRONTERA.					
7.3. SOLIDOS.					
7.4. APLICACIONES.					
8. PLANEACION DE LA PRESENTACION.					
8.1. ESTRUCTURACION DE LA PRESENTACION.					
8.2. CAPTURA DE IMAGENES.					
8.3. EDICION DE IMAGENES.					
8.4. PROGRAMACION DE LA PRESENTACION.					
8.5. EJECUCION.					
TOTAL...	5	TOTAL...	1	TOTAL...	4

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR

: COMERCIO EN MERCADEO
: TECNICO EN INFORMATICA BASICA

ESTRATEGIA INSTRUCCIONAL

1. DESARROLLO DE GUIAS DE APRENDIZAJE.
2. DEMOSTRACIONES EN LOS COMPUTADORES.
3. PROYECCION DE VIDEOS.
4. TORRENTA DE IDEAS.
5. EXPLICACIONES DEL DOCENTE.

6. DISCUSIONES ORIENTADAS POR EL INSTRUCTOR.
7. EJERCICIOS MODELO PARA SOLUCION DE PROBLEMAS,
8. UTILIZACION DE PAQUETES APPLICABLES A MERCADOTECHIA.
9. ASESORIA DEL DOCENTE EN LA APLICACION DEL PAQUETE EN EL TRABAJO PRACTICO QUE TENGA QUE DESARROLLAR.
10. DESARROLLO Y APLICACION DE LOS PAQUETES COMPUTACIONALES AL EJERCICIO DEL CASO DE PRACTICA.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
REGIONAL BOGOTÁ Y CUNDINAMARCA
SUBDIRECCION DE C.I.O. Y SERVICIOS

SECTOR ESPECIALIDAD
BLOQUE MODULAR

COMERCIO EN MERCADEO
TECNICO EN INFORMATICA BASICA

BIBLIOGRAFIA

PAQUETES

- APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE INFORMATICA : Loco.
- MANEJO DEL SISTEMA OPERATIVO : MS-DOS 4.01 MS-DOS 3.3
- PROCESAMIENTO DE PALABRAS : WORDSTAR 5.0 WORD PERFECT 5.0 WORD
- MANEJO DE BASES DE DATOS : LOTUS 1,2, QUATTRO PRO EXCEL.
- MANEJO DE BASE DE DATOS : FOXBASE PRO 3 BASE III PLUS.
- MANEJO BASICO DE GRAFICADORES : PAINTERUSH DR. HALO HARVARD GRAPHICS
STORY BOARD.

VIDEOS

- APLICACION DE LOS FUNDAMENTOS DE INFORMATICA .
- MANEJO DEL SISTEMA OPERATIVO.
- PROCESAMIENTO DE PALABRAS.
- MANEJO DE HOJA ELECTRONICA.
- MANEJO DE BASES DE DATOS.
- MANEJO BASICO DE GRAFICADORES.

BLOQUE MODULAR

VENTAS

BLOQUE MODULAR:	COMERCIO Y SERVICIOS
FAMILIA OCUPACIONAL:	COMERCIALIZACION
ESPECIALIDAD:	DISTRIBUCION COMERCIAL
DURACION:	190 HORAS
CERTIFICACION QUE OTORGA:	
REQUISITOS DE INGRESO:	Introducción a la Mercadotecnia

OBJETIVO:

Capacitar al alumno en los procesos de venta según la modalidad adoptada desarrollando las técnicas específicas adecuadas de acuerdo a las circunstancias, empresa y medio en que se desarrolla la acción.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES

Nº	NOMBRE	DURACION
1.	PLANEACION Y ORGANIZACION DEL TRABAJO DE VENTAS	40
2.	TIPOS O CLASES DE VENTAS	10
3.	ANALISIS Y TRATAMIENTO DE CLIENTES	40
4.	EL PROCESO DE LA VENTA	60
5.	LA POST - VENTA	30
6.	EL CREDITO Y COBRO DE CLIENTES	10
	T O T A L	190

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la clientela - Consultar información analizarla - Identificar clientes potenciales - Elaborar listas de prospectación - Establecer zonas de ventas - Seleccionar información y analizarla - Establecer características de zona - Establecer zonas 	<p>3. Planeación y Organización del Trabajo</p> <p>3.1 Planeación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto de planeación - El plan de trabajo - Elementos del plan de trabajo - Errores que deben evitarse - Método de actuación <p>3.2 Organización del trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia - Aspectos a considerarse según objetivo organizacional - Medios y Auxilios <p>3.3 La prospectación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias para alcanzar prospectación eficaz - Características del cliente Potencial - Métodos de prospectación <p>4. Zonificación de Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto - Razones para zonificar - Métodos de zonificación - Clases de zonificación <p>Geografía Social El Potencial de Ventas</p>	<p>6</p> <p>4</p> <p>6</p> <p>4</p>	

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
- Definir rutas de	5. El Ruterio <ul style="list-style-type: none"> - Concepto e importancia - El Plan ideal de rutas - Criterios para lograr secuen- cialidad de visitas 	4	
- Elaborar el fichero de Clientes	6. El fichero de clientes <ul style="list-style-type: none"> - Requisitos y utilidad - Elementos componentes su organización y actualización. 	6	

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL	DURACION MAXIMA
TECNICAS DE VENTAS	TIPOS O CLASES DE VENTAS	10 HORAS

OBJETIVO:

El Trabajador Alumno estará en capacidad de conocer y diferenciar el tipo de venta según los diferentes enfoques y características de esta.

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS		CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
-Clasificar las ventas según sus características.	1. La Venta de Mostrador -El Cliente -El Establecimiento -Características	1	
	2. La Venta en Planta -El Cliente -El Establecimiento -Importancia del Vendedor -Características	1	
	3. La Venta Externa El Cliente -Características -Importancia del Vendedor	2	
	4. Telemercadeo -El Cliente -Características	1	
	5. Ventas por Correo -El Cliente -Características -El Servicio	1	
	6. El Mercadeo Directo -Características	1	
	7. Fax-Mercadeo -Características	1	
	8. La Venta Institucional -Venta mayorista y minorista -Intermediación y Agentes -La Venta al Gobierno	2	
	9. -La Venta Consultiva		

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL	DURACION MAXIMA
TECNICAS DE VENTAS	ANALISIS Y TRATAMIENTO DE CLIENTES	40 HORAS

OBJETIVO

El Trabajador Alumno quedará capacitado para identificar al cliente, ayudarlo en la elección de los productos que necesista de acuerdo a sus motivos de compra y superar las objeciones a la venta si se llegan a presentar.

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
<ul style="list-style-type: none"> -Identificar los motivos de compra del Cliente -Analizar al Cliente -Detectar sus necesidades. -Definir argumentación -Motivar y orientar la acción de compra. 	1. EL CLIENTE <ul style="list-style-type: none"> -Concepto -Clasificación -Análisis y Tratamiento de clientes -Estructura de la personalidad -Modelos teóricos de la personalidad 	10	
	2. MOTIVOS DE COMPRA 2.1 Origen de los Motivos de Compra <ul style="list-style-type: none"> -Fundamentos del acto de compra. -Necesidades del cliente que busca producto. -Necesidades del cliente que no busca intencionalmente el producto. 	4	
	2.2 La necesidades Humanas <ul style="list-style-type: none"> -Piramides de necesidades de Maslow. -Análisis de piramide de necesidades. -Correlación entre necesidaes y sensaciones. -La teoria de Herzberg. -Premisas en torno a las necesidades. 	6	
	2.3 La Motivación <ul style="list-style-type: none"> -El ciclo de la motivación -Principios que rigen los motivos de compra. 	4	
	2.4 Los motivos de compra <ul style="list-style-type: none"> -Teorias de motivos de compras 	6	

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
<p>Superar Objeciones</p> <ul style="list-style-type: none"> -Atender opiniones del cliente. -Interpretar ideas -Aclarar conceptos -Analizar respuestas -Clasificar objeciones -Superar objeciones 	<ul style="list-style-type: none"> -El proceso de compra -Motivos de compra según clase de cliente. -El manejo de los motivos de compra. -Los Centros de Compra. <p>3. LAS OBJECIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto y Naturaleza -Origen de las objeciones -Clasificación de las objeciones <p>SEGUN TIPO DE VENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actitud vendedora frente a objeciones. -Objeciones más frecuentes -Conocer e identificar objeciones -Técnicas para superar objeciones según tipo de cliente y clase de venta. 	10	<p>Lenguaje Profesional</p> <ul style="list-style-type: none"> - La expresión oral sus objetivos. -Técnicas de expresión oral. <ul style="list-style-type: none"> -Vocalización -Volumen -Entonación -Pausa -Significado de las Palabras <ul style="list-style-type: none"> -Sinonimos -Antonimos -Homonimos -Palabras Homofonas. -Construcción de frases. -Formación de plurales. -Concordancia de frases y elementos. -El Genero -La comunicación. <ul style="list-style-type: none"> -Concepto -Clases de comunicación. -Saber escuchar -La comunicación grupal e individual -Acentuación -Reglas Ortograficas principales.

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL	DURACION MAXIMA
TECNICAS DE VENTA	EL PROCESO DE LA VENTA	60 HORAS

OBJETIVO

El alumno quedará capacitado para realizar adecuadamente el proceso de la venta y su posterior cierre aplicando las técnicas recomendadas según tipo de venta y cliente.

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
IDENTIFICAR LA VENTA COMO PROCESO	1. La Venta como proceso 1.1 Concepto e importancia 1.2 Características 1.3 La venta como proceso psicologico -Teoria de etapas mentales -Teoria de decisiones de compra -Teoria de solución de problemas -Teoria de estimulo-respuesta 1.4 La venta como proceso activo	4	
PLANEAR LA ENTREVISTA O CONTACTO	2. La Entrevista -Concepto -Proceso -Condiciones necesarias -Importancia de la preparación de la entrevista. -Importancia de investigar antes de entrevistar. -Clases de entrevista	10	
REALIZAR CONTACTO -Ubicar área de interes -Establecer contacto -Tomar conciencia	3. Fase de Relación o Contacto 3.1 Ubicación área de interés 3.2 El contacto con el cliente -Concepto -Reglas de contacto eficiente -Causas 3.3 La atención o toma de conciencia -Concepto -Formas de atención -Reglas o leyes de la atención -Condiciones: Tipos	8	La exposición oral personal -La exposición telefónica. -La exposición escrita. -Selección tema -Ideas primarias y secundarias -Redacción Dial. -La conversación -Clases: Personal Telefónica, indirecta

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
<p>HACER LA PRESENTACION</p> <ul style="list-style-type: none"> -Obtener entrevista -Abordar al Cliente -Sondear situación -Ofrecer el producto -Reafirmar beneficios 	<p>4. Fase de Presentación</p> <p>4.1 La oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto y fines -Estrategías de oferta de producto. -Requisitos de la oferta -Como despertar y mantener el interés del cliente. -Los argumentos de la venta <ul style="list-style-type: none"> .Generales .Particulares 	5	<ul style="list-style-type: none"> -Aspectos básicos -Factores a considerar: ambientales Sociales, económicos, personales.
<p>HACER DEMOSTRACION DE PRODUCTOS.</p>	<p>5. Fase de apoyo</p> <p>5.1 La demostración</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto y objetivos -Requisitos -Pasos a seguir -Principios -La convicción: concepto y reglas 	8	<ul style="list-style-type: none"> -Los medios como herramienta de apoyo en la demostración.
<p>INCENTIVAR DESEO DEL CLIENTE</p>	<p>6. Fase de Acción</p> <p>6.1 El deseo por el producto</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto e importancia -Condiciones y reglas <p>6.2 El cierre de la venta</p> <ul style="list-style-type: none"> -Concepto e importancia -Actividad vendedora en el cierre según tipo de venta. -Requisitos para cierre eficaz -Consideraciones para cierre y recomendaciones según tipo o clase de venta. <p>6.3 Técnicas para cierre de Venta</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presuntiva -Cuestiones accesorias -De acción física -De suceso inminente -Del incentivo estratégico -Narrativa -Del sí continuado 	22	

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
	<ul style="list-style-type: none"> -Del resumen -De la "T" -Del halago <p>6.4 Liquidación valor de venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Liquidación del precio -Celebración contrato de venta -Acuerdo entrega del producto y condiciones. -Componentes del precio final -Acuerdo servicios post-venta. 		<p>Sistema métrico</p> <ul style="list-style-type: none"> -Medidas de longitud -Medidas de capacidad y volumen. -Medidas de cantidad -Números fraccionarios. -Regla de mes y aplicaciones. -Porcentajes -Operación precio .Descuento recargo -Interés y reparto proporcional. .Concepto y tipos -Impuestos comerciales. .El IVA: Motivo, cobertura, y liquidación <p>Condiciones comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contratos y obligaciones mercantiles -Contrato de compra venta -Obligaciones del vendedor y comprador. -Venta a plazos y reserva de dominio. -Títulos valores .Definición -Letras de cambio .Condiciones y valor .Validez -Los pagarés -El cheque -Bonos -Certificados de depósito -Factura cambiaria -Acciones

BLOQUE MODULAR	MODULO INSTRUCCIONAL	DURACION MAXIMA
TECNICAS DE VENTA	POST - VENTA	30 HORAS

OBJETIVO

Capacitar al Alumno para tramitar entrega de productos, aplicar procesos de cobranzas y técnicas de conservación de la clientela atendiendo los servicios de post-venta, presentando informes verbales y escritos.

ACTIVIDADES Y OPERACIONES	CONOCIMIENTOS TECNOLOGICOS	HRS	CONOCIMIENTOS BASICOS Y COMPLEMENTARIOS
-Diligenciar y tramitar Documentación.	1. Teoría del Servicio 1.1 Concepto . Marco Comercial 1.2 Dimensiones del servicio 1.3 Momentos de verdad 1.4 Estrategias de servicio 1.5 El triangulo del servicio 1.6 Calidad en las Ventas	16	
-Hacer entrega del producto o coordinar la acción.	2. Entrega del producto 2.1 Actitud del vendedor despues de la venta -En relación consigo mismo -En relación con la empresa -En relación con cliente -En relación con producto	4	
-Hacer Seguimiento a prestaciónde servicios de garantía -Resolver reclamos y quejas. -Verificar servicios	3. Como manter la clientela -Seguimiento al cliente	4	
-Presentar informes	4. Informes de Venta -Tecnicos -Frecuencia - Control Metas - Por producto y totales	6	

MODULO INSTRUCCIONAL No. 6 EL CREDITO Y COBRO A CLIENTES

OBJETIVO:

Que el alumno conozca lo relativo al servicio de crédito al cliente como uno de los propósitos utilizados por la empresa comercial, en su estrategia de conservar, ganar mercado consumidor y competir comercialmente.

CONTENIDO:

1. Definición
2. Clases de Crédito: Empresas y Personas
 - 2.1 Con interés
 - 2.1.1 Cálculos
 - 2.2 Sin Interés
 - 2.3 Letras de Cambio
 - 2.4 Cheques Postfechados
 - 2.5 Tarjetas de Crédito Específicos
 - 2.6 Con Fondos y Cooperativas
3. Estudio del Crédito Comercial
4. Otorgamiento del Crédito
5. Seguimiento y Control del Crédito
6. Realización de Cobros
 - 6.1 Efectivo
 - 6.2 Tarjetas de Credito
 - 6.3 Libranzas
 - 6.4 Letras de Cambio

DURACION: 10 Horas

BIBLIOGRAFIA

FENTON John, Como Vender en Mercados Competitivos, editorial Norma

DESATNICK Robert, Como Conservar la Clientela, Serie Empresarial

SENA, Unidades Autoformativas. FAD

BLOQUE MODULAR

**MERCHANDISING Y EXHIBICION
DE MERCANCIAS**

BLOQUE MODULAR
MERCHANDISING Y EXHIBICIÓN DE MERCANCIAS

OBJETIVO:

Que el alumno adquiera la fundamentación necesaria sobre los procesos de ordenamiento, colocación y exhibición de los productos hacia el objetivo de llegarle motivadamente al consumidor y pueda operacionalizar las técnicas adecuadas según las características del mercado proveedor y consumidor

MODULOS INSTRUCCIONALES	HORAS
1. Conceptos y Aplicaciones	15
2. Práctica del Merchandising	30
3. Mercaderismo	15
4. Exhibición Comercial de Mercancías	85
5. Promoción y Puntos de Ventas	<u>30</u>
TOTAL	175

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1 CONCEPTOS Y APLICACIONES

OBJETIVO:

Que el alumno entienda la concepción técnica y práctica del Merchadising, analice su importancia en procesos de distribución comercial de bienes y maneje sus principios y técnicas adecuadas a las necesidades empresariales y del medio.

CONTENIDO:

1. El Merchandising
 - 1.1 Definición e Importancia
 - 1.2 Ubicación del Merchandising en Mercado
 - 1.3 Objetivos y Características
 - 1.4 Materiales y Recursos para la Aplicación del Merchandising

2. Clases de Merchandising
 - 2.1 Permanente
 - 2.2 Promocional

3. Los Elementos del Merchandising

4. Principios Básicos del Merchandising
 - 4.1 Rentabilidad
 - 4.2 Posición
 - 4.3 Producto
 - 4.4 Precio
 - 4.5 Disponibilidad

5. Técnicas de Merchandising
6. El Consumidor y el Merchandising
 - 6.1 La Compra premeditada
 - 6.2 La Compra sugerida
 - 6.3 La Compra impulsiva
7. Utilidad Comercial del merchandising

DURACION: 15 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2 PRACTICA DEL MERCHANDISING

OBJETIVO:

Que el alumno conozca los campos de aplicación del merchandising haciendo énfasis en la exhibición y que pueda aplicar esos principios en áreas específicas como el autoservicio, supermercado y almacén.

CONTENIDO:

1. Campos de Aplicación del Merchandising
 - 1.1 Según tipo de establecimientos

2. Merchandising Interior (Arquitectura)
 - 2.1 Sección
 - 2.2 Puntos de Compras
 - 2.3 En línea
 - 2.4 Surtido: Anchura y profundidad criterios
 - 2.5 Puntos fríos y calientes

3. Las Góndolas
 - 3.1 Tamaño y Partes

4. Merchandising Integral
 - 4.1 Papel del Fabricante
 - 4.2 Papel del Distribuidor
 - 4.3 Papel del Consumidor

5. El Merchandising en el Autoservicio
 - 5.1 Estructura Punto de Venta
 - 5.2 Mobiliario y Disposición

6. Exhibición y Merchandising
 - 6.1 Tipos de Exhibición
 - 6.2 Normas Básicas
 - 6.3 Puntos de Exhibición
 - 6.4 Cualidades y Materiales
 - 6.5 Exhibición en Puntos Normales y Extras
 - 6.6 Planogramas

DURACION: 30 Horas

MODULO No. 3 MERCADERISMO

OBJETIVO:

Que el alumno conozca los conceptos técnicos y características del mercaderismo como condición complementaria de una exitosa distribución comercial en su aspecto de llegar al cliente con el producto que necesita en el menor tiempo y ayudándolo en su proceso de adquirir el bien con la mejor comodidad y rapidez posibles.

CONTENIDO:

1. El Merchandising y el Mercaderista
 - 1.1 Concepto y Perfil de la Ocupación
 - 1.2 El Mercaderista como Vendedor
 - 1.3 Cualidades del Mercaderista

2. Funciones del mercaderista
 - 2.1 De Planeación
 - 2.2 De Organización del Trabajo
 - 2.3 De Ejecución del Trabajo
 - 2.4 De Organización del Almacenamiento
 - 2.4.1 Clasificación de Mercancías
 - 2.4.2 Localización de Mercancías
 - 2.4.3 Codificación de Mercancías

3. El Inventario de Mercancías
 - 3.1 Sistemas

- 4. El Producto
 - 4.1 Concepto y Características Constitutivas
 - 4.1.1 Marca
 - 4.1.2 Empaque
 - 4.1.3 Precio

 - 4.2 Vida Util del Producto

DURACION: 15 Horas

MODULO No. 4

EXHIBICION COMERCIAL DE MERCANCIAS

OBJETIVO:

Que el alumno conozca y domine los fundamentos, justificación y características de la exhibición comercial de los productos, los tipos y ventajas de cada uno de ellos como herramienta básica del proceso de distribución o venta.

CONTENIDO:

1. Fundamentos de Exhibición
2. Planeación del Trabajo de Exhibición
 - 2.1 Fórmula SOTO
 - 2.2 Presupuesto
3. Factores de Composición
 - 3.1 Equilibrio
 - 3.2 Ritmo
 - 3.3 Relaciones
 - 3.4 Unidad
 - 3.5 Centro de Atracción
4. Tipos de Exhibición Comercial: Concepto, Características
 - 4.1 Vitrina
 - 4.2 Escaparate: Rentabilidad Comercial, Colocación, Diseño, Decoración
 - 4.3 Display y Exhibidor
 - 4.4 Stand y Exposición

- 5. Rotulación
 - 5.1 Objetivos y Funciones
 - 5.2 Elementos Básicos
 - 5.3 Cualidades
 - 5.4 Tipos de Rótulos

- 6. Montaje de la Exhibición
 - 6.1 Boceto
 - 6.2 El color: usos y clases
 - 6.4 Iluminación
 - 6.5 Técnicas de Colocación de Mercancías

DURACION: 55 Horas

MODULO No. 5
PROMOCION Y PUNTOS DE VENTAS

OBJETIVO:

Que el alumno conozca la importancia de la promoción como herramienta para llegar al consumidor e incidir en su proceso de selección de las mercancías, que domine lo relativo al punto de venta como elemento comercial de especial desarrollo en la comercialización de mundo actual.

CONTENIDO:

1. La Promoción
 - 1.1 Concepto e Importancia
 - 1.2 Su papel en el Mercadeo
 - 1.3 Su Proceso

2. La Mezcla Comercial
 - 2.1 Concepto
 - 2.2 Factores
 - 2.3 Componentes

3. El Punto de Venta (P.O.P) O (P.O.L.)
 - 3.1 Clases y Características
 - 3.2 Factores a Considerar
 - 3.3 Su Estructura
 - 3.4 Fachada Interior y Exterior

4. Promoción y Punto de Venta
 - 4.1 Niveles

- 4.2 El Calendario Proporcional
 - 4.3 Estrategias y Medios
 - 4.3.1 Presentación Producto
 - 4.3.2 Animación en Puntos de Venta
 - 4.4 Sistemas de Promoción
5. Análisis del Surtido

DURACION: 30 Horas

BLOQUE MODULAR

COMPRAS

**BLOQUE MODULAR:
COMPRAS**

OBJETIVO:

Suministrar al alumno los fundamentos básicos y operativos de la función compras como eslabón importante de la distribución física comercial, sus técnicas y procesos con el fin de permitir la toma de decisiones empresariales

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORAS
1. Clasificación y codificación de proveedores	40
2. La actividad de compras	40

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
CLASIFICACION Y CODIFICACION DE PROVEEDORES

OBJETIVO:

Que el alumno conozca acerca de los proveedores, de su clasificación y codificación, de su administración en el manejo de las mercancías y que domine las técnicas de control de estos en beneficio de la actividad comercial.

CONTENIDOS:

1. El Proveedor
 - 1.1 Definición e Importancia
 - 1.2 Tipos de Proveedores

2. Sistemas de Clasificación de Proveedores

3. Codificación de Proveedores
 - 3.1 Sistemas
 - 3.2 Principios Generales

4. El Kardex de Proveedores
 - 4.1 Definiciones e Importancia
 - 4.2 Componentes
 - 4.3 Funcionamiento

5. Control de Proveedores
6. Fallas del Proveedor
7. Metodología Evaluación de Proveedores
8. Fuentes de Información sobre Proveedores

DURACION: 40 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2

LA ACTIVIDAD DE COMPRAS

OBJETIVO:

Que el alumno comprenda la función compras en todo su dimensión y como un eslabón o función del mercadeo y pueda así ejecutar las políticas emanadas de la dirección empresarial ejecutando la acción y planteando alternativas más adecuadas.

CONTENIDO:

Requisitos especiales de una buena compra: Precio, calidad, condiciones de entrega, condiciones de pago, garantía, servicio post-venta.

1. Importancia de la Función Compras
 - 1.1. Objetivos
 - 1.2. Modelos de Organización
 - 1.3. Planeación
 - 1.4. La Gestión Compras
 - 1.5. Control
 - 1.6. La Necesidad de Comprar

2. El Ciclo de la Compra en la Distribución Comercial
 - 2.1. Determinación de Necesidades y Especificaciones, Requisición
 - 2.2. Análisis de Mercados
 - 2.3. Selección Fuentes de Suministros
 - 2.3.1. Selección Correcta del Proveedor, Factores Selección
 - 2.3.2. Registro y Clasificación
 - 2.4. Solicitud de Cotizaciones
 - 2.5. La orden de compras o ejecución de la compra y sistemas de pago
 - 2.5.1. Compra por Cotización

- 2.5.2 Compra por Licitación
- 2.5.3 Compra por Contrato
- 2.5.4 Compra por Caja Menor
- 2.6 Emisión y Seguimiento de Pedidos
- 2.7 Elaboración Facturas y Liquidación
- 2.8 Recepción de Pedidos
 - 2.8.1 Verificación Fallas Proveedor
 - 2.8.2 Requisición Mercancía
 - 2.8.3 Facturación
 - 2.8.4 Acuse Recibo
- 2.9 Revisión y Pago
- 2.10 Manejo de precios en las compras

- 3. Compras Especiales
 - 3.1 De Activos Fijos
 - 3.2 De Servicios
 - 3.3 De Tecnología

- 4. La Compra Eficiente
 - 4.1 Cómo Evaluar Ofertas

DURACION: 40 Horas

BIBLIOGRAFIA

P.J.H Baily, Administración de Compras y Abastecimiento, Editorial Continental, 1978.

GALLO Manuel Angel, Dirección de Procesos de Compra, Editorial Universidad de Navarra.

CRUZ Mecinas Leonel, Principios Generales de Compras, Editorial CECSA, 1988.

SENA, Unidades de Formación, Regional Medellín

BLOQUE MODULAR

**FUNDAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
DE COMERCIO EXTERIOR**

BLOQUE MODULAR
FUNDAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE COMERCIO EXTERIOR

OBJETIVO:

Que el alumno conozca y aplique los fundamentos del comercio exterior colombiano su legislación y reglamentación especialmente en lo concerniente con los trámites de importaciones y exportaciones y pueda colaborar así en la expansión de la actividad comercial empresarial.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORAS
1. Fundamentos de Comercio Exterior	60
2. Importaciones y Exportaciones	<u>130</u> 190

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
FUNDAMENTACION DE COMERCIO EXTERIOR

OBJETIVO:

Enfocar al alumno en el dominio y conocimiento de la tecnología, procesos globales, instrumentos y formas utilizadas en el Comercio Internacional dándole al mismo tiempo una visión generalizada de sus interrelaciones con aspectos de la economía internacional.

CONTENIDOS:

1. El Comercio
 - 1.1 Comercio Interno
 - 1.2 Comercio Interregional
 - 1.3 Comercio Internacional
 - 1.4 Licencias y Permisos
 - 1.5 La integración Económica
 - 1.6 Acuerdos Internacionales

2. Política Comercial
 - 2.1 Desarrollo
 - 2.2 Organismos que la determinan
 - 2.3 Organismos que la Normatizan
 - 2.4 Organismos que la Ejecutan

3. Economía Internacional
 - 3.1 Concepto y Objeto
 - 3.2 El tipo de Cambio
 - 3.2.1 Concepto y Estructura

- 3.3 Mercado de Divisas
- 3.4 Balanza de Pago
- 3.5 Barreras Proteccionistas al Comercio Interno
- 3.6 Derechos Arancelarios
- 3.7 Regimenes
- 3.8 Depósitos Previos

- 4 Nomenclaturas Internacionales
 - 4.1 Clasificaciones
 - 4.1.1 C.U.C.I.
 - 4.1.2 C.I.I.U.
 - 4.1.3 Armonizado
 - Estructura General
 - Reglas para Interpretación
 - Estudio del Sistema Armonizado
 - 4.2 Estudio Arancelario de Mercancías
 - 4.2.1 Clasificación Arancelaria
 - 4.2.2 Regulación del Comercio Externo Colombiano
 - 4.2.3 Derechos Aduaneros
 - 4.2.4 Licencias y Vistos Buenos
 - 4.2.5 Normas Especiales

- 5 Cláusulas Internacionales
 - 5.1 Términos de Compra-Venta Internacional
 - 5.1.1 Los Incoterms
 - 5.1.2 Condiciones Generales
 - Grupo F
 - Grupo C
 - Grupo D

- 6. Sistemas de Pagos y Cobros Internacionales
 - 6.1 Formas
 - 6.2 Carta de Crédito
 - 6.2.1 Concepto y Clasificación
 - 6.2.2 Modalidades
 - 6.3 Cobranzas Documentarias

- 6.3.1 Concepto y Clases
- 6.4 Giros de Exterior
 - 6.4.1 Concepto y Clases

DURACION: 60 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2 IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

OBJETIVO:

Que el alumno conozca, domine y pueda aplicar en su trabajo, las mismas disposiciones y trámites sobre importaciones y exportación de bienes según la modalidad que se seleccione.

CONTENIDOS:

- I Importaciones
 1. Clasificación de las Importaciones
 - 1.1 Según modalidad
 - 1.2 Según su pago
 - 1.3 Según el régimen
 - 1.4 Especiales y de Régimen Especial
 2. Régimen de Importación
 - 2.1 Registro y Control
 - 2.2 Consejo Dirección Comercio Exterior
 - 2.3 Dirección Nacional de Aduanas
 3. Normas sobre Solicitudes de Importación
 - 3.1 Validez y Régimen
 4. Diligenciamiento y Tratamiento de Solicitudes de Importación
 - 4.1 Disposiciones Generales
 - 4.2 Visto Previo a su Solicitud

5. Modalidades de Importación
 - 5.1 Con Franquicia
 - 5.2 Reimportación por Perfeccionamiento Pasivo
 - 5.3 Reimportación en mismo estado
 - 5.4 Importaciones en cumplimiento de garantía
 - 5.5 Importación Temporal
 - 5.5.1 Clases
 - 5.5.2 Garantía
 - 5.5.3 Prórroga
 - 5.5.4 Terminación
 - 5.6 Importación para Transformación o Ensamble
 - 5.7 Declaraciones de Legalización y Corrección en Importaciones.
 - 5.8 Fiscalización y Control Aduanero
 - 5.8.1 Liquidaciones Oficiales
 - 5.9 Normas sobre mercancías aprehendidas, decomisadas o abandonadas.
 - 5.9.1 Disposiciones Generales de Procedimiento:
Notificaciones, Formas, Depósitos y Obligaciones.

6. Pago de Importaciones

II Exportaciones

1. Clasificación
 - 1.1 Según Modalidad
 - 1.2 Según su Pago
 - 1.3 Según Régimen
2. Régimen de Exportaciones
3. Las Declaraciones de Exportación
 - 3.1 Diligenciamiento Factura Comercial
 - 3.2 Diligenciamiento Lista de Empaque
 - 3.3 Diligenciamiento solicitudes de permisos o vistos buenos oficiales.

- 3.4 Certificado de Origen
- 3.5 Certificados Sanitarios
- 3.6 Reexportación - Trámite
 - 3.6.1 Sistemas especiales

- 4. Cobro de Exportaciones
 - 4.1 Condiciones del Reintegro
 - 4.2 Cobro Documental
 - 4.3 Trámite ante Bancos
 - 4.3.1 Presentación documentos
 - 4.3.2 Efectuar Cobro
 - 4.3.3 Conversión de Divisas
 - 4.3.4 Solicitud Incentivos

DURACION: 130 Horas

BLOQUE MODULAR

**ALMACENAMIENTO E INVENTARIO
DE MERCANCIAS**

BLOQUE MODULAR
ALMACENAMIENTO E INVENTARIOS DE MERCANCIAS

OBJETIVO:

Suministrar al alumno las herramientas básicas y las técnicas adecuadas de manipulación y almacenaje de las mercancías, permitiendo la toma de decisiones acerca de su importancia y necesidad como función del proceso de distribución comercial.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORAS
1. La Función Almacenamiento	30
2. Inventarios y Técnicas de Valoración	<u>30</u>
	60

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1 LA FUNCION ALMACENAMIENTO

OBJETIVO:

El alumno deberá comprender el almacenamiento como una función del proceso mercadológico y cadena de la distribución comercial y podrá desarrollar su ejecución operativa aplicando las técnicas más adecuadas

CONTENIDOS:

1. Definición, Objetivos e Importancia en Distribución Física
2. Estructura Organizacional
3. Los Medios de Almacenamiento: Locales, Estranterías, Transporte Interno
4. La Documentación en Entradas y Salidas de Mercancías
5. El Movimiento de Mercancías, su Control
6. Condiciones de Almacenamiento según proveedores
7. Normas Técnicas de Almacenamiento
8. Empaque y Embalaje de Mercancías
9. Decisiones Estratégicas en Almacenamiento
 - 9.1 Propio o Contratado
 - 9.2 Cuándo y dónde - Factores a Considerar
 - 9.3 Configuraciones: Equipo Técnico y Humano

DURACION: 30 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2
INVENTARIO Y TECNICAS DE ALMACENAMIENTO

OBJETIVO:

Que el alumno pueda aplicar conocimientos en la toma de decisiones acerca de la conveniencia o no de almacenar, sus condiciones y mecanismos y pueda mantener sistema informativo de sus existencias, de acuerdo a las necesidades empresariales.

CONTENIDO

1. Areas y Técnicas de Almacenamiento
2. Manipulación de Mercancías
 - 2.1 Control Entradas y Salidas
3. Tipos de Inventario
 - 3.1 Permanente
 - 3.2 Rotativo
 - 3.3 General
4. Toma Física de Inventarios
 - 4.1 Cuando Hacerlo
 - 4.2 Cómo tomar la información, etapas
 - 4.3 Estrategias y sistemas utilizados
5. Valorización de Inventarios
 - 5.1 Importancia y Objetivos
 - 5.2 Métodos de Valuación
 - 5.2.1 Costo de Compras
 - 5.2.2 Costos Estimados
 - 5.2.3 Precio Estandar
 - 5.2.4 Costo Promedio

DURACION: 30 Horas

BIBLIOGRAFIA

CANTU Alfonso María, Almacenes: Planeamiento, Organización y Control,
Editorial TRILLAS, 1987

STARR y MILLER, Control de Inventario, Editorial Diana, 1982.

BLOQUE MODULAR

**MANEJO TECNICO Y COMERCIAL DE
ALIMENTOS PERECEDEROS**

BLOQUE MODULAR
MANEJO TECNICO Y COMERCIAL DE ALIMENTOS PERECEDEROS

OBJETIVO

Capacitar al alumno sobre el manejo físico de los alimentos perecederos, su tratamiento comercial a nivel del lugar de compra de los consumidores y sus fundamentos de calidad y normalización.

MODULOS INSTRUCCIONALES	HORAS
1. Identificación de proveedores y de sistemas de comercialización	15
2. Manipulación y registro de alimentos perecederos	15
3. Control de calidad y estandarización de perecederos	30
4. Merchandising y exhibición de perecederos	<u>30</u> 90

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
IDENTIFICACION DE PROVEEDORES Y SUS SISTEMAS DE
COMERCIALIZACION

OBJETIVO:

Que el alumno quede capacitado para identificar, diferenciar las clases de proveedores del mercado de perecederos y los sistemas de comercializar sus productos.

CONTENIDO

1. Mercadeo de Frutas y Hortalizas
 - 1.1 Zonas de Producción
 - 1.2 Calendario de Producción
 - 1.3 Especies y Variedades
 - 1.4 Los Sistemas Canales de Comercialización
 - 1.5 Importación de Frutas y Hortalizas
 - 1.6 Clases de Proveedores

2. Mercadeo de Granos
 - 2.1 Características de Producción
 - 2.2 Calendario de Producción
 - 2.3 Canales de Comercialización
 - 2.4 Clases de Proveedores

3. Mercadeo Productos Cárnicos
 - 3.1 Características de Producción
 - 3.2 Canales de Comercialización
 - 3.3 Clases de Proveedores

4. Mercadeo Productos de Mar
 - 4.1 Características de Producción
 - 4.2 Canales de Comercialización
 - 4.3 Clases de Proveedor

5. Mercadeo de Lácteos
 - 5.1 Características de Producción
 - 5.2 Canales de Comercialización
 - 5.3 Clases de Proveedores

DURACION: 15 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2

MANIPULACION Y REGISTRO DE ALIMENTOS PERECEDEROS

OBJETIVO:

El alumno quedará capacitado para manipular correctamente los alimentos perecederos según las características y diligenciará correctamente su recibo del proveedor.

CONTENIDO

1. Características Fisiológicas de:
 - 1.1 Frutas y Verduras
 - 1.2 Granos
 - 1.3 Productos Cárnicos
 - 1.4 Lácteos

2. Condiciones Básicas para un buen Almacenamiento por Refrigeración y Congelación.

3. Sistema de Almacenamiento de Perecederos

4. Sistemas de Transporte de Perecederos

5. Empaques y Embalajes
 - 5.1 Tipos y Materiales de Empaque
 - 5.2 Sistema de Empaque y Embalaje de Perecederos
 - 5.3 Normas sobre empques

6. Manejo Higiénico de Perecederos

7. Documentos de Recibo y Despacho de Perecederos

DURACION: 15 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No.3
CONTROL DE CALIDAD DE PERECEDEROS

OBJETIVO:

Comprender el por qué y la necesidad del control de calidad en perecederos, de su utilidad como principio de seguridad y de exitosa comercialización.

CONTENIDOS

1. Conceptos de Calidad y Control de Calidad
2. El Control de Calidad de Alimentos Perecederos
 - 2.1 Variables de Calidad
 - 2.1.1 Físicas
 - 2.1.2 Químicas
 - 2.1.3 Organolépticas
 - 2.1.4 Fisiológicas
 - 2.1.5 Sanitarias
 - 2.2 Categorías de Calidad en Alimentos
3. Normalización de Perecederos
 - 3.1 Normas de Calidad para:
 - 3.1.1 Frutas
 - 3.1.2 Verduras
 - 3.1.3 Cárnicos
 - 3.1.4 Lácteos
4. Contenido de Normas de Calidad para Perecederos
5. Características Físicas de Calidad en Perecederos
 - 5.1 Su significado en definir niveles de calidad
6. Control en la Calidad de los empaques

DURACION: 30 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL 4o. MERCHANDISING Y EXHIBICION DE PERECEDEROS

OBJETIVO:

Capacitar al alumno en el conocimiento de los elementos básicos de composición estéticos, de su presentación ante el consumidor, sus formas de promoción y especialmente de su objetivo de satisfacer una necesidad.

CONTENIDO

1. Clasificación de los productos según su perecibilidad
2. Vida útil de perecederos en el medio de exhibición
3. Merchandising interior para perecederos
 - 3.1 Disposición de Perecederos
 - 3.2 Puntos Fríos y Calientes
 - 3.3 Espacios Promocionales y especiales
4. Góndolas, Estanterías, Neveras y Congeladores
5. El Producto de Perecederos
 - 5.1 Marca y Empaque
 - 5.2 Rotulaciones
 - 5.3 Usos - Recetas Culinarias
6. El Establecimiento en Distribución de Perecederos
 - 6.1 Tipos
 - 6.2 El Autoservicio
7. El Acto de Compra de Perecederos

- 7.1 Proceso de Compra
- 7.2 Motivos de Compra
- 7.3 Segmentación del Mercado

- 8. El Surtido de Perecederos
 - 8.1 Características del Surtido

- 9. Impulsión de Ventas de Perecederos
 - 9.1 Degustaciones

- 10. Técnicas para Exhibición de Perecederos
 - 10.1 Por Usos
 - 10.2 Separación Definida
 - 10.3 Capas de Producto
 - 10.4 Calidad
 - 10.5 Temperaturas Adecuadas

- 11. Tipos de Muebles en Exhibición

- 12. Exhibidores

- 13. La Promoción de Perecederos
 - 13.1 Punto de Venta
 - 13.2 manejo Publicitario

DURACION: 30 Horas

BLOQUE MODULAR
LA DISTRIBUCION COMERCIAL

BLOQUE MODULAR
LA DISTRIBUCION COMERCIAL

OBJETIVO:

Que el alumno conozca, domine y pueda definir el entorno comercial de una empresa, sus canales de distribución, la planeación y manejo de las funciones comerciales, todo dentro de una misión objetivo que puede desarrollar de diferentes alternativas incluyendo la asociación comercial.

MODULOS INSTRUCCIONALES		HORAS
1	La Empresa Comercial y su Entorno	40
2.	El Plan de Mercadeo	20
3	Producto y Precio en Marketing Mix	25
4.	Fuerza y Zonas de Ventas	20
5.	Plan y Presupuesto de Ventas	20
6.	Los Canales de Distribución Comercial y Distribución Física	30
7.	El sistema de Compras	20
8.	Gestión de Existencias	20
9.	El Asociacionismo Comercial	<u>20</u>
		215

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1 LA EMPRESA COMERCIAL Y SU ENTORNO

OBJETIVO:

Ubicar al alumno en el concepto del entorno de una empresa comercial, de sus funciones y principales actividades comerciales para definir la estructura comercial más adecuada según las características del mercado, de una economía y un comportamiento del consumidor específicos.

CONTENIDO

1. Empresa y Entorno en el Mercado
 - 1.1 Concepto de Entorno
 - 1.2 Niveles de Entorno
 - 1.2.1 Organización
 - 1.2.2 Mercado: hábitos, potencial compra, número compradores
 - 1.2.3 Ambiente: economía, tecnología, cultura, legislación
 - 1.2.4 Medio Externo
 - 1.3 Análisis F.O.D.A.
 - 1.4 Ubicación de la Empresa

2. Empresa Comercial y su Entorno Comercial
 - 2.1 Estructura de la Demanda Comercial del Mercado
 - 2.2 Demanda Comercial y Métodos de Cálculo
 - 2.2.1 Demanda Actual
 - Potencial del Mercado
 - Potencial Territorial
 - Índice Poder Adquisitivo
 - 2.2.2 Demanda Futura
 - Opinión Fuerza de Ventas
 - Text de Mercado
 - Situación Económica

- 2.3 Estructura de Oferta Comercial
- 2.4 Sistemas de Competencia

- 3 El Mercado Objetivo y Comportamiento del Consumo
 - 3.1 Factores que influyen en decisión del Consumidor
 - 3.2 Comportamiento del Consumidor

- 4 Segmentación del Mercado
 - 4.1 Concepto
 - 4.2 Condiciones y Ventajas
 - 4.3 Tipos de Segmentación
 - 4.3.1 Por Clase Social
 - 4.3.2 Por Clasificación Demográfica
 - 4.3.3 Por Area Geográfica
 - 4.3.4 Por Categoría Geodemográfica
 - 4.3.5 Por Categoría Sicográfica
 - 4.4 Bases y Estratégias de Segmentación
 - 4.4.1 Valoración de Segmentos
 - 4.4.2 Estratégias de Segmentación
 - 4.5 Evaluación de Segmento

DURACION: 40 Horas

CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS

ECONOMIA

1. La Demanda
 - 1.1 concepto
 - 1.2 Elasticidad de la Demanda
 - 1.3 Fluctuaciones

2. La Oferta
 - 2.1 Concepto
 - 2.2 Elasticidad de la Oferta
 - 2.3 Fluctuaciones

3. Mercados y Tipos de Mercado
 - 3.1 Competencia Perfecta
 - 3.2 Monopolio
 - 3.3 Oligopolio

4. Dumping

5. Indicadores de la Economía Nacional

MODULO INSTRUCCIONAL No.2

EL PLAN DE MERCADEO

OBJETIVO:

Entregar al alumno las bases de preparación del plan de mercadeo como etapa inicial del proceso mismo de comercialización y como base de planeación de la actividad comercial de una empresa.

CONTENIDO

1. El Plan de Mercadeo
 - 1.1 Definición
 - 1.2 Etapas de Preparación
 - 1.2.1 Fijar Objetivos Corporativos
 - 1.2.2 Investigación Externa e Interna de Mercado
 - 1.2.3 Análisis DOFA
 - 1.2.4 Formulación de Hipótesis
 - 1.2.5 Fijación Objetivos de Mercado
 - 1.2.6 Definición de Estrategias
 - 1.2.7 Establecimiento de Programa
 - 1.2.8 Presupuestación
 - 1.3 Elaboración del Plan
 - 1.4 Seguimiento al Plan de Mercadeo
 - 1.4.1 Interpretación
 - 1.4.2 Técnicas
 - 1.4.3 Ajustes

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 3

PRODUCTO Y PRECIO EN MARKETING MIX

OBJETIVO:

Dar al alumno el dominio requerido sobre dos factores importantes componentes del mercado y base de definición de estrategias de acción de una empresa comercial.

CONTENIDO

1. El Producto
 - 1.1 Definición
 - 1.1.1 Productos Físicos
 - 1.1.2 Productos Intermedios
 - 1.1.3 Productos Complementarios
 - 1.1.4 Servicios o Intangibles
 - 1.2 Clasificación de Bienes y Servicios
 - 1.2.1 de Conveniencia
 - 1.2.2 De Comparación
 - 1.2.3 De Especialidad
 - 1.2.4 No solicitados
 - 1.3 Clasificación de Productos Industriales
 - 1.4 Producto e Imagen
 - 1.5 Ciclo de vida de Productos y Servicios
 - 1.5.1 Etapas y Estrategias
 - 1.6 El Portafolio del Producto
 - 1.6.1 Línea de Productos - Profundidad
 - 1.6.2 Estrategia de Portafolio
 - 1.7 El Producto Frente al Consumidor
 - 1.8 Proceso de Adopción del Producto
 - 1.9 Periodo Ciclo de Moda y Evolución Social
 - 1.10 Posicionamiento del Producto
 - 1.10.1 Integración de Producto con Objetivos Empresariales

- 1.11 Manejo de Mixtura de Productos: Creación, Modificación y Eliminación de Productos.
- 1.12 dinámica del Desarrollo del Nuevo Producto
- 1.13 Registro Patentes y Marcas
- 1.14 Empaque del Producto
 - 1.14.1 Funciones

- 2 El Precio
 - 2.1 Concepto e Importancia
 - 2.2 Como Establecer el Precio
 - 2.2.1 Factores a Considerar
 - 2.2.2 Precio en Función de Demanda
 - 2.3 Práctica de Fijación de Precios
 - 2.3.1 Precio en Función de Costos
 - 2.3.2 Precio en Función de Demanda
 - 2.3.3 Precio en Función de Competencia
 - 2.4 Objetivos Comerciales de la Fijación del Precio
 - 2.5 Componentes del Precio de Venta al Público
 - 2.5.1 Sin IVA
 - 2.5.2 Margen Benefico
 - 2.5.3 Valor Añadido
 - 2.6 Modificación del Precio
 - 2.6.1 Test de Mercadeo
 - 2.6.2 Actitudes ante Precio
 - 2.6.3 Reacción de Competencia
 - 2.7 El Precio y la Competencia
 - 2.8 Selección del Precio Final

DURACION: 25 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 4 LA FUERZA Y ZONAS DE VENTAS

OBJETIVO:

Dar a conocer al alumno la importancia del equipo o fuerza de venta, su forma de organización, conformación y desarrollo en búsqueda de la eficiencia en la acción vendedora, así como la ramificación territorial de la misma función como estrategia para racionalizar el esfuerzo de las ventas de una empresa comercial.

CONTENIDO

- 1 La Fuerza de Ventas
 - 1.1 Objetivo
 - 1.2 Organización
 - 1.2.1 Estructura Equipo de Venta
 - 1.2.2 Organización Territorial
 - 1.3 Conformación, Selección y Formación de la Fuerza de Ventas
 - 1.4 Motivación y Desarrollo de la Fuerza de Ventas
 - 1.5 Supervisión y Control
 - 1.5.1 Visitas de Ventas
 - 1.5.2 Cartera de Clientes
 - 1.5.3 Evaluación de Rendimientos

- 2 La Zonificación de las Ventas
 - 2.1 Criterios de Zonificación
 - 2.2 Métodos y Ventajas
 - 2.3 Controles y Cuotas Territoriales

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 5 EL PLAN Y PRESUPUESTO DE VENTA

OBJETIVO

Suministrar al alumno los conocimientos necesarios sobre la importancia, composición, objetivos y seguimiento del plan y presupuesto de ventas como etapa inicial de una adecuada operación de esta función mercadológica.

CONTENIDO

1. La Prospección de las Ventas
 - 1.1 Estrategias
 - 1.2 Métodos

2. El Plan de Ventas
 - 2.1 Objetivos
 - 2.2 Componentes

3. El Presupuesto de Ventas
 - 3.1 Elaboración
 - 3.2 Control
 - 3.3 Técnicas de Elaboración

4. Control de las Ventas
 - 4.1 Cuotas de Ventas
 - 4.2 Territorios de Ventas

5. La Prevención de Ventas
 - 5.1 La Previsión de Ventas como Factor de Gestión Comercial
 - 5.1.1 Como Soporte de Planificación
 - 5.1.2 Como Factor de Rentabilidad
 - 5.1.3 Como Derrotero del Futuro Comercial de la Empresa
 - 5.2 Estrategias de Previsión

5.2.1 Herramientas y temas de previsión

- 5.2.1.1 Método del PHI
- 5.2.1.2 Promedio Móvil
- 5.2.1.3 Factor Reactivo

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 6

CANALES DE DISTRIBUCION Y DISTRIBUCION FISICA

OBJETIVO:

Suministrar al alumno la conceptualización necesaria sobre la MACROFUNCION de distribución comercial haciendo énfasis sobre los medios, estrategias y formas de organización presentadas como alternativas de operación y decisión empresarial.

CONTENIDO

1. Concepto
2. Ubicación y Organización
3. Marketing y Distribución Comercial
4. Los Canales de Distribución
 - 4.1 Funciones Básica de los Canales
 - 4.2 Estructura: Directa e Indirecta
 - 4.3 Niveles: Cero a N
 - 4.4 Flujos: Físico, Financiero, Información y Promoción
 - 4.5 Desarrollo Vertical y Horizontal de Canales
 - 4.6 Variables Influyentes en su Funcionamiento
 - 4.6.1 Limitaciones
 - 4.6.2 Tipos y Alternativas de Canal
 - 4.6.3 Evaluación Alternativas de Canal
 - 4.7 Administración del Canal
 - 4.8 Control y Evaluación del Canal
 - 4.9 Estrategias de Distribución
 - 4.9.1 Los puntos de Venta y su Distribución
 - Funcionamiento
 - Tipología

-Clasificación

- 4.10 Otros Canales de Distribución (correo, teléfono, las franquicias).

- 5. La Distribución Física
 - 5.1 Elementos y Objetivos, Alcances y Actividades
 - 5.2 Alternativas de Estrategias de la Distribución Física
 - 5.2.1 Mercado Unico
 - 5.2.2 Varios Mercados
 - 5.3 Decisiones sobre Inventarios
 - 5.3.1 Tipos de Decisiones: Cuando y Cuanto del Pedido
 - 5.4 Decisión sobre Ubicación
 - 5.4.1 Clases de Decisiones sobre Ubicación
 - 5.4.2 De la Zona
 - 5.4.3 Del Emplazamiento
 - 5.5 Responsabilidad organizacional de la Distribucion Física
 - 5.5.1 Alternativas de Organización

- 6. Nuevas Tecnologías en la Distribución Comercial
 - 6.1 Scanner
 - 6.2 Código de Barras
 - 6.3 Terminal Punto de Venta
 - 6.4 Medios de Pago Electrónicos

DURACION: 30 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 7

SISTEMA DE COMPRA

OBJETIVO:

Dar al alumno criterios de administración de la función compras ya no en su operación o ejercicio práctico sino en la decisión de establecer la función como proceso metodológico mismo frente a factores de rentabilidad y funcionalidad del proceso comercial

CONTENIDO

1. El Presupuesto de Compras: Operación y Compra de Materiales y Partes
 - 1.1 Métodos de Elaboración

2. El Control de Compras
 - 2.1 Control Antecedente
 - 2.2 Control Concomitante
 - 2.3 Control Subsecuente

3. El Pedido Óptimo
 - 3.1 Importancia
 - 3.2 Cálculo
 - 3.3 Aplicaciones

4. Compras por Importación
 - 4.1 Necesidad de Importar
 - 4.2 Decisión de Importar

5. Evaluación y Control Función Compras
 - 5.1 Rentabilidad
 - 5.2 Cuadro Función Compra
 - 5.3 Ciclo Administrativo de Compras

6. Estrategias de Compras
 - 6.1 El Lote Económico
 - 6.2 Fabricar o Comprar
 - 6.3 Las Muestras
 - 6.4 Diseños y Modelos
 - 6.5 Acondicionamiento del Producto

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 8

GESTION DE EXISTENCIAS

OBJETIVO:

Entregar al alumno herramientas básicas de análisis y gestión de la función almacenamiento en sus componentes de inventarios, rotación de estos, costo de operación de la función, con el fin de facilitar su papel de asesor en la materia.

CONTENIDOS

1. Importancia de la Existencias
2. Costo de Existencias
3. Instrumentos de Medición de Existencias
4. Cálculo Rotación de Existencias
 - 4.1 Cómo mejorar la rotación de existencias
 - 4.1.1 Influencia pedido sobre rotación
 - 4.1.2 Función pedido y rotación
 - 4.1.3 Plazos entrega sobre rotación
 - 4.1.4 Almacenoaje y rotación

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 9 ASOCIACIONISMO COMERCIAL

OBJETIVO:

Consolidar en el alumno la solidez conceptual sobre cómo el asociacionismo brinda ventajas comerciales de operación, cobertura, eficiencia y productividad y cómo el desarrollo moderno del comercio tiene hacia esta estrategia según diferentes alternativas y a veces, como único medio de subsistir para algunas empresas comerciales.

CONTENIDOS

1. Centrales de Compra o Agrupación de Compra
 - 1.1 Definición y Objetivos
 - 1.2 Organización y Ventajas

2. Las Cooperativas
 - 2.1 Objetivos y Organización
 - 2.2 Tipos o Clases: Detallistas y de Consumo

3. Las Comercializadoras: Función y Características

4. Las Cadenas Voluntarias e Integradas

5. Los Controles Mayoristas: Función y Características

6. Cadenas Sucursalistas y Cadena Franquiciada

7. Los Centros Comerciales

DURACION: 20 Horas

BIBLIOGRAFIA

LUTHER William, Plan de Mercadeo, Editorial Norma

FRYE Robert W, Estratégias Básicas de Mercadotecnia, Editorial TRILLAS

LAMBIU Jean - Jacques, Marketing estratégico, Editorial Mc Graw Hill

PATTEN Dave, Mercadeo Práctico para Nuevas Empresas, Editorial Legis

BUSKIEK Richard H, Principios y Prácticas de Marketing

MONTALVAN Federico, Técnicas de Marketing, Madrid

TAYLOR Weldon, Fundamentos de Mercadeo

LIPSON Harry A., Fundamentos de Mercadotecnia, LIMUSA

STROH Thomas, Gerencia de Ventas, Editorial Mc. Graw Hill

NIVELLE Nepsen, Análisis de los Canales de Distribución

SAMUELSON Paul, Curso de Economía Moderna, Aguilar S.A.

RESUMEN DE BLOQUES MODULARES Y MODULOS INSTRUCCIONALES

BLOQUE MODULAR	MODULOS INSTRUCCIONALES	DURACION
11. LA INVESTIGACION COMERCIAL	1. Campos de la Investigación Comercial 2. Procedimientos y métodos de Investigación 3. La Información en Mercados 4. La Investigación de Mercados 5. La Investigación del Producto	15 75 10 30 20 150
12. LA COMUNICACION COMERCIAL	1. Sistemas de Comunicación Empresa-Cliente-Empresa 2. La Promoción como medio de comunicación 3. La comunicación publicitaria	20 30 40 90
13. ADMINISTRACION EMPRESARIAL	1. Principios de Administración 2. Administración de Personal 3. Programación y Control del Trabajo 4. Calidad Total	40 40 20 20 120
14. ETICA	1. Comunidad 2. Familia 3. Trabajo	30 30 30 90

BLOQUE MODULAR

LA INVESTIGACION COMERCIAL

BLOQUE MODULAR
LA INVESTIGACION COMERCIAL

OBJETIVO:

Suministrar al alumno la fundamentación, principios y técnicas de información e investigación comercial como herramienta base de toma de decisiones respecto a las estrategias y políticas de la actividad comercial y frente a la misión de la empresa

MODULOS INSTRUCCIONALES	HORAS
1. Campos de la Investigación Comercial	15
2. Procedimientos y Métodos de Investigación	75
3. La Información en Mercados	10
4. La Investigación de Mercados	30
5. La Investigación del Producto	<u>20</u>
	150

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
CAMPOS DE LA INVESTIGACION COMERCIAL

OBJETIVO:

Que el alumno identifique el proceso de la investigación comercial como una herramienta indispensable de la planeación de la actividad comercial de una empresa, sus campos de aplicación y desarrollo.

CONTENIDO:

1. La investigación Comercial y Mercadología
 - 1.1 Definición
 - 1.2 Objetivos
 - 1.3 Organización

2. Campos de Aplicación
 - 2.1 De Mercadeo
 - 2.2 De Competencia
 - 2.3 De Mercado
 - 2.4 De Consumidor
 - 2.5 De Producto
 - 2.6 De Distribución
 - 2.6.1 Métodos de Ventas
 - 2.6.2 Canales de Distribución
 - 2.7 De Producción
 - 2.7.1 De Publicidad
 - 2.7.2 De Lanzamiento
 - 2.7.3 De Relaciones Públicas
 - 2.7.4 De Rebajas
 - 2.8 Uso de Técnicas Apropriadas en cada Campo de Aplicación

DURACION: 15 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2

PROCEDIMIENTOS Y METODOS DE INVESTIGACION

OBJETIVO:

Identificada la investigación comercial como base de planeación mercadológica, el alumno conocerá acerca de los procedimientos y métodos de investigación, de sus objetivos y finalidades, así como de las herramientas estadísticas necesarias para el análisis de los resultados de las investigaciones.

CONTENIDOS

1. Evaluación Sistemas de Información Existentes
2. Sistemas de Información de Mercadeo
3. Identificación y Definición del Problema y Objetivos de investigación.
4. Tipos de Investigación Comercial: Concepto y Finalidades
5. El Plan de Investigación
 - 5.1 Elementos Componentes
6. Recolección de Datos Primarios y Secundarios
7. Preparación de Instrumentos de Recolección de Información
 - 7.1 Encuestas
 - 7.2 Tipos
 - 7.3 Características
8. Métodos de Recolección de la Información
 - 8.1 Directa y Personal

- 8.2 Por Correo
 - 8.3 Entrega del Formulario
 - 8.4 Telefónica
- 9. Prueba Piloto Ajustes a Plan e Instrumentos
 - 10. Procesamiento y Critica de Información Recolectada. Codificación
 - 11. Elaboración de Resultados y Análisis

CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS

- 1. Metodología de la Investigación Científica
- 2. Estadística Univariada: Tendencia Central y dispersión
- 3. Distribución Muestrales
- 4. Pruebas de Hipotesis
- 5. Métodos de Muestreo

DURACION: 75 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 3 INFORMACION DE MERCADEO

OBJETIVO:

Como base de la toma de decisiones, el alumno debe conocer acerca de la información metodológica necesaria del comportamiento del mercado de la competencia, de los precios, de las marcas y preferencias.

1. Carencias de Sistemas tradicionales
2. Elementos de un Sistema de Información
 - 2.1 El medio
 - 2.2 El sistema
 - 2.3 Sistema orientado al usuario
 - 2.4 Estilos de recolección de datos
 - 2.5 Características Organizacionales de la Investigación Comercial
 - 2.6 Elementos de información de mercados
 - 2.6.1 Características consumidos
 - 2.6.2 Competencia
 - 2.6.3 Cobertura mercado
 - 2.6.4 Marcas y productos
 - 2.6.5 Precios
 - 2.6.6 Comercio Exterior
 - 2.6.7 Tamaño del mercado y características
 - 2.6.8 Tendencias del mercado
 - 2.6.9 Canales de Distribución
 - 2.7 Información sobre producto
 - 2.7.1 Clientes potenciales
 - 2.7.2 Competidores
 - 2.8 Información sobre compañías
 - 2.8.1 De directorio
 - 2.8.2 Financiera
 - 2.9 Información sobre consumidor

DURACION: 10 Hora

MODULO INSTRUCCIONAL No. 4 LA INVESTIGACION DE MERCADOS

OBJETIVOS:

Conocer acerca de los métodos, alcances, estrategias de investigación de mercados con el fin de que la toma de decisiones se haga con base en estudios sólidos de comportamiento y caracterización de la variable que interviene en procesos comerciales.

1. Alcances de la investigación de mercados
2. Organización función investigación de mercados
3. Uso de la investigación de mercados según niveles
4. Características de una correcta investigación de Mercados
5. El proceso de la investigación de mercados
 - 5.1 Definición y localización de problemas
 - 5.2 Desarrollo de hipótesis
 - 5.3 Recolección de Información
 - 5.4 Análisis
6. Planeamiento de la Investigación
7. Preparación de Instrumentos de Investigación
 - 7.1 Elaboración de Preguntas
 - 7.1.1 Clases de preguntas
 - 7.1.2 Características
8. Presupuesto de la Investigación
9. Análisis de datos
 - 9.1 Análisis diferencias significativas
 - 9.2 Extensión de datos de muestreo

- 10. Investigación de mercados tipos:
 - 10.1 Hábitos consumo - encuestas
 - 10.2 Motivacionales
 - 10.3 Auditoria de consumidores y distribuidores
 - 10.4 De impacto

CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS:

- 1. Metodología de la investigación
- 2. Inferencia Estadística
- 3. Estimación parámetros
- 4. Prueba de hipótesis

DURACION: 40 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 5
LA INVESTIGACION DEL PRODUCTO

OBJETIVO:

Que el alumno tome conciencia de la necesidad de investigar el producto como estrategia de penetración de los mercados sobre la base de que el cliente busca un producto que necesita para satisfacer sus necesidades y que eso es lo que se debe brindar al consumidor.

1. Los productos
2. Campos de investigación del producto
 - 2.1 Marca
 - 2.2 Empaques
 - 2.3 Color
 - 2.4 Diseño
 - 2.5 Precio
 - 2.6 Necesidad
3. El producto y la necesidad del cliente
 - 3.1 El nuevo producto Planeación
 - 3.2 Selección del producto
 - 3.3 Lanzamiento del producto

DURACION: 20 Horas

BLOQUE MODULAR

LA COMUNICACION COMERCIAL

BLOQUE MODULAR**LA COMUNICACION COMERCIAL****OBJETIVO:**

Entregar al alumno fundamentos y principios técnicos acerca de la comunicación comercial empresarial, de sus objetivos, finalidades y medios, de sus ventajas y proyecciones como parte importante para llegar al consumidor, mantener y conquistar mercados.

MODULOS INSTRUCCIONALES COMPONENTES	HORA
1. Sistemas de comunicación empresa-cliente-empresa	20
2. La promoción como medio de comunicación	30
3. La comunicación publicitaria	40
	90

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
SISTEMAS DE COMUNICACION
EMPRESA-CLIENTE-EMPRESA

OBJETIVO:

Conocimiento por parte del alumno de la importancia de la comunicación comercial bajo cualquiera de sus formas como herramienta de conquista, mantenimiento y desarrollo de la actividad comercial.

1. Sistemas de comunicación
 - 1.1 Valoración sistemas de comunicación
2. Funcionamiento Sistema comunicación comercial
3. Interrelación de la variables de comunicación
4. Comunicación - Mix
 - 4.1 Factores producto/precio
 - 4.2 Características de clientes
 - 4.3 Estructura de la empresa
 - 4.4 Entorno comercial/comunicación
5. El fenómeno de la comunicación
 - 5.1 Modelo de comunicación
 - 5.2 Niveles del mensaje
 - 5.3 La comunicación persuasiva

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2
LA PROMOCION COMO MEDIO DE COMUNICACION

OBJETIVO:

Conocer específicamente acerca de la promoción como herramienta de comunicación para aproximar al consumidor hacia la empresa y buscar con ello mayor acción comercial.

1. La promoción como comunicación persuasiva
2. Modelos procesos de persuasión
 - 2.1 Retórico
 - 2.2 Propagandístico
 - 2.3 Negociación
 - 2.4 Receptores
 - 2.5 Los canales
 - 2.5.1 Personales
 - 2.5.2 Impersonales
 - 2.5.3 Medios masivos
 - 2.5.4 Medios selectivos
3. Modelo de promoción
 - 3.1 Anuncios
 - 3.2 Venta personal
 - 3.3 Publicidad
 - 3.4 Promoción de Ventas
4. Promoción de Ventas
 - 4.1 Objetivos y definición
 - 4.2 Tipos de promoción
 - 4.2.1 Al consumidor usuario
 - 4.2.2 A elementos del canal
 - 4.2.3 A fuerza de ventas
5. Efectos de la promoción de ventas

6. El Mix Promocional
 - 6.1 Teoría
 - 6.2 Productos de Consumo
 - 6.3 Productos industriales
 - 6.4 Los servicios
 - 6.5 El ciclo de vida

DURACION: 30 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 3
LA COMUNICACION PUBLICITARIA

OBJETIVO:

Que el alumno conozca y utilice la herramienta de comunicación comercial llamada publicidad: sus enfoques, importancia y alcances, los medios publicitarios y sus características para adaptarlas según la estrategia comercial que se adopte.

CONTENIDOS:

1. Concepto de comunicación publicitaria
 - 1.1 Objetivo
 - 1.2 Poder
 - 1.3 Metas
2. Publicidad y plan de mercadeo
3. La publicidad y el Mix de las comunicaciones
4. Las decisiones publicitarias
 - 4.1 Sobre presupuesto
 - 4.2 Sobre el mensaje
 - 4.3 Sobre medios
 - 4.4 Sobre campañas
5. El presupuesto publicitario
 - 5.1 Métodos de fijación del presupuesto
 - 5.2 El costo publicitario
6. El mensaje publicitario
 - 6.1 Contenido
 - 6.2 Forma

7. Los medios en publicidad. Su función
 - 7.1 Impresos
 - 7.2 Auditivos y Audiovisuales
8. Elección de medios
9. Criterios Evaluación campaña publicitaria
10. La publicidad en el punto de venta
 - 10.1 Tipos y características
 - 10.2 Ventajas y desventajas
11. La motivación publicitaria
 - 11.1 Según sexo
 - 11.2 Fuerza del texto
 - 11.3 Humor
 - 11.4 Motivación negativa
12. Objetivos publicitarios de empresas actual:
 - 12.1 Informar y motivar
 - 12.2 Convencer
 - 12.3 Mover

DURACION: 40 Horas

BLOQUE MODULAR

ADMINISTRACION EMPRESARIAL

BLOQUE MODULAR
ADMINISTRACION EMPRESARIAL BASICA

OBJETIVO:

Suministrar al alumno la concepción administrativa que el ejercicio de funciones en una empresa le obliga a desarrollar no solo como parte de ella sino a veces manejando directamente el recurso humano que la ejecuta.

MODULOS INSTRUCCIONALES	HORA
1. Principios de Administración	40
2. La Administración de Personal	40
3. Programación y control del trabajo	20
4. Calidad Total	20
	120

MODULO INSTRUCCIONAL No. 1
PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION

OBJETIVO:

Que el alumno conozca los fundamentos del enfoque administrativo empresarial, de sus componentes y orientaciones, sus principios, el proceso administrativo y sus funciones o etapas.

1. La Administración
 - 1.1 Conceptos
 - 1.2 Elementos
 - 1.3 Campos de la Administración
 - 1.4 Técnicas modernas de administración

2. Principios básicos de la Administración
 - 2.1 Principios y Estrategias de aplicación

3. Teorías de la Administración

4. El proceso administrativo
 - 4.1 Planeación
 - 4.1.1 Elementos y condiciones, conceptos
 - 4.1.2 Propósitos
 - 4.1.3 Clases de planes
 - 4.1.4 Etapas de la planeación
 - 4.2 Organización
 - 4.2.1 Conceptos y Principios
 - 4.2.2 Clases de Organización
 - 4.2.3 El proceso de la organización
 - 4.2.4 Estructura Organizacional
 - 4.2.5 Manuales de organización
 - 4.3 Ejecución - Dirección
 - 4.3.1 Principios de la Dirección
 - 4.3.2 Actividades de Dirección
 - 4.4 Control

- 4.4.1 Concepto y proceso
- 4.4.2 Fases del proceso
- 4.4.3 Mecanismos de control

DURACION: 40 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 2

ADMINISTRACION DE PERSONAL

OBJETIVO:

Que el alumno conozca acerca del manejo de personal, del proceso que ello implica como parte vital del desarrollo empresarial, como fundamento base del compromiso humano hacia la actividad comercial y que tema en el trabajo en equipo estrategia eficaz del logro de metas propuestas.

- 1 El proceso de la Administración de personal
 - 1.1 Selección
 - 1.1.1 Conceptos y fines
 - 1.1.2 Proceso
 - 1.2 Contratación
 - 1.2.1 Concepto y elementos
 - 1.2.2 Modalidades
 - 1.3 Inducción
 - 1.3.1 Conceptos e importancia
 - 1.3.2 Elementos y procesos
 - 1.4 Adiestramiento
 - 1.4.1 Concepto, Etapas, Importancia
 - 1.5 Capacitación y Desarrollo de Personal
 - 1.5.1 Objetivos y clases
 - 1.5.2 Los planes de capacitación
 - 1.5.3 Bienestar y Seguridad
 - 1.6 Evaluación de Personal
 - 1.6.1. Concepto e importancia
 - 1.6.2 Sistema de evaluación
 - 1.7 Los estilos de trabajo

- 1.7.1 Diferencia entre estilo de trabajo y personal
- 1.7.2 Como trabajar con los estilos de trabajo

- 2 Evolución del pensamiento estratégico
 - 2.1 Motivación y la Teoría de Maslow
 - 2.2 Teorías "X" y "Y"
 - 2.3 La experiencia y la excelencia
 - 2.4 Valoración grado de madurez de empleados
 - 2.4.1 Valoración capacidad técnica: formación, destreza y habilidades, experiencia, autonomía.
 - 2.4.2 Valoración disponibilidad psicológica
 - 2.4.2.1 Compromiso y motivación
 - 2.4.2.2 Yo puedo, yo voy, yo puedo
 - 2.4.2.3 Grado de satisfacción

CONOCIMIENTO COMPLEMENTARIOS:

- 1. Comportamiento organizacional
 - 1.1 Psicología Organizacional
 - 1.2 Sistema Hombre - Máquina

- 2. El liderazgo

DURACION: 40 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 3
PROGRAMACION Y CONTROL DEL TRABAJO

OBJETIVO:

Inculcar en el alumno la necesidad de planear adecuadamente su trabajo y el del equipo de colaboradores como herramienta base de organización, oportunidad y eficiencia, así como controlar el desarrollo del plan propuesto en las búsqueda de objetivos o de aplicar correctivos.

1. Métodos y sistemas de programación
 - 1.1 Gráfico Gantt y de barras
 - 1.2 Flujogramas
 - 1.3 Método pert, cpm
 - 1.4 El sistema lpu

2. Control
 - 2.1 Concepto
 - 2.2 Etapas
 - 2.3 Factores a controlar
 - 2.4 Medios de control
 - 2.5 Control por áreas
 - 2.5.1 Mercadeo
 - 2.5.2 Producción
 - 2.5.3 Administración

DURACION: 20 Horas

MODULO INSTRUCCIONAL No. 4
CALIDAD TOTAL

OBJETIVO:

Crear en el alumno una conciencia de calidad total en su trabajo, en su relación con la empresa y en la necesidad de atender adecuadamente al cliente como base del éxito en la conquista del mismo y por ende para beneficio de la empresa.

CONTENIDO:

1. Concepto
2. Necesidad e importancia
3. La cultura de la Calidad
 - 3.1 Valores
 - 3.2 Normas
 - 3.3 Creencias
 - 3.4 Idiologías
4. La empresa comercial y la calidad
 - 4.1 Calidad del producto
 - 4.2 Calidad del servicio
 - 4.3 El justo a tiempo (jal) en actividad comercial
5. Objetivos de la calidad total
 - 5.1 En la empresa comercial
 - 5.1.1 Clientes y necesidades
 - 5.1.2 Servicio al cliente
 - 5.1.3 Gestión Comercial
6. Fases del desarrollo de la calidad
7. Los clientes de calidad: qué son, cómo operar, sus finalidades

8. Concepto y ciclo de mejoramiento
9. La cultura de la empresa comercial
 - 9.1 Definición
 - 9.2 El proyecto de empresa. Su contenido
10. El trabajo en equipo. Como herramienta de calidad

DURACION: 20 Horas

BIBLIOGRAFIA

GREEN Paul E. Investigación de Mercados, Editorial LIMUSA, 1990

WENTS Walter, Investigación de Mercados, Editorial TRILLAS

KINNEAR - TAYLOR, Investigación de Mercados, Mc. Graw Hill

1998

	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA	CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE FORMACION PROFESIONAL	
	Fecha: 21/jul/2005	VERSION 11	Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

BLOQUES MODULARES INTEGRANTES DE LAS SALIDAS

AGENTES DE SALUD COMUNITARIA

NOMBRE DEL BLOQUE	CODIGO	DURACION
ORGANIZACION PARA LA PARTICIPACION COMUNITARIA EN SALUD	34110012	30
SANEAMIENTO BASICO AMBIENTAL	34110013	45
EDUCACION NUTRICIONAL	34110014	40
EDUCACION MATERNA	34110016	25
EDUCACION PARA LA ATENCION AL NIÑO	34110017	30
EDUCACION PARA EL ENVEJECIMIENTO Y VEJEZ SALUDABLE	34110018	20
PREVENCION DE ACCIDENTES Y PRIMEROS AUXILIOS	34110019	50
EDUCACION PARA LA SALUD MENTAL	34110021	20
EDUCACION PARA LA SALUD ORAL	34110023	42
FORMACION ETICA	34110024	30



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

SALIDAS QUE OFRECE EL ITINERARIO DE FORMACION

NOMBRE	TIPO	BLOQUES MODULARES COMPONENTES	DURACION	CODIGO
	PLENA/PARCIAL			
AGENTE DE SALUD COMUNITARIA	PARCIAL	34110012-34110013-34110014- 34110016-34110017-34110018- 34110019-34110021-34110023- 34110024	332	34110010



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

REQUISITOS DE INGRESO

NOMBRE DE LA SALIDA	REQUISITOS
AGENTE DE SALUD COMUNITARIA	SEPTIMO GRADO

TIPO DE CERTIFICADO QUE OTORGA LA SALIDA

NOMBRE DE LA SALIDA	TIPO DE CERTIFICADO
SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA	CERT.APROBACION
AGENTE DE SALUD COMUNITARIA	CERT.FORM.ESP.OFICIO

REQUISITOS DE CERTIFICACION FUERA DE ITINERARIO

NOMBRE DEL MODULO DE FORMACION	CODIGO	DURACION
--------------------------------	--------	----------



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
ORGANIZACION PARA LA PARTICIPACION COMUNITARIA EN SALUD	30	34110012	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:
REALIZAR ACTIVIDADES DE ORGANIZACION Y PARTICIPACION COMUNITARIA PARA ELABORAR PROYECTOS DE DESARROLLO COMUNITARIO EN SALUD

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
RECONOCER A LA COMUNIDAD	3411001201	7
REUNIR A LA COMUNIDAD	3411001202	10
IDENTIFICAR Y PRIORIZAR PROBLEMAS DE SALUD EN LA COMUNIDAD	3411001203	3
ELABORAR PROYECTOS DE DESARROLLO COMUNITARIO	3411001204	10



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
SANEAMIENTO BASICO AMBIENTAL	45	34110013	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:

IDENTIFICAR LAS CAUSAS PROBLEMAS DE CONTAMINACION DEL MEDIO AMBIENTE Y REALIZAR MEDIDAS SANITARIAS.

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR LA INFLUENCIA DEL MEDIO AMBIENTE EN LA SALUD	3411001301	5
REALIZAR MEDIDAS SANITARIAS PARA EL TRATAMIENTO DEL AGUA	3411001302	5
REALIZAR MEDIDAS SANITARIAS PARA LA DISPOSICION Y ELIMINACION DE ESCRETAS	3411001303	10
REALIZAR MEDIDAS SANITARIAS EN LOS ASPECTOS DE LIMPIEZA E HIGIENE DE LA VIVIENDA	3411001304	5
REALIZAR MEDIDAS BASICAS SANITARIAS PARA EL MANEJO Y CONTROL DE ALIMENTOS	3411001305	5
REALIZAR MEDIDAS BASICAS SANITARIAS PARA EL MANEJO Y CONTROL DE BASURAS	3411001306	10
REALIZAR MEDIDAS BASICAS SANITARIAS PARA EL CONTROL DE INSECTOS, ROEDORES Y ANIMALES	3411001307	5



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION NUTRICIONAL	40	34110014	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:
IDENTIFICAR LOS ALIMENTOS DE ACUERDO A SU VALOR NUTRITIVO Y UTILIZARLOS PARA MEJORAR LA SALUD DE LA FAMILIA.

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR LA RELACION DE LA NUTRICION EN SALUD	3411001401	5
PLANEAR Y HACER UN BUEN MERCADO	3411001402	5
MANEJAR Y ALMACENAR LOS ALIMENTOS EN EL HOGAR	3411001403	5
PREPARAR Y CONSERVAR LOS ALIMENTOS EN EL HOGAR	3411001404	15
INTEGRAR LA FAMILIA EN CLUBES DE NUTRICION Y HUERTA FAMILIAR	3411001405	10



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION MATERNA	25	34110016	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:
ORIENTAR A LA COMUNIDAD PARA LA MATERNIDAD

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
RECONOCER Y LOCALIZAR LOS ORGANOS DE REPRODUCCION HUMANA	3411001601	3
APLICAR CUIDADOS HIGIENICOS Y NUTRICIONALES DURANTE LA MESTRUACION	3411001602	5
ORIENTAR SOBRE LOS CUIDADOS EN EL PERIODO PRENATAL	3411001603	4
ORIENTAR SOBRE LA ATENCION DEL PARTO EN EMERGENCIA	3411001604	5
ORIENTAR Y DESCRIBIR LAS ENFERMEDADES SEXUALMENTE TRANSMISIBLES	3411001605	3
ORIENTAR SOBRE LOS DIFERENTES METODOS DE PLANIFICACION	3411001606	5



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION PARA LA ATENCION AL NI?O	30	34110017	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:
REALIZAR ACTIVIDADES PARA LOGRAR UN BUEN DESARROLLO INTEGRAL DEL NI?O

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 0-1 MES	3411001701	3
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 3-6 MESES	3411001702	3
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 6-9 MESES	3411001703	4
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 9-12 MESES	3411001704	4
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 12-18 MESES	3411001705	4
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 18-24 MESES	3411001706	3
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 24-36 MESES	3411001707	3
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 36-48 MESES	3411001708	3
ORIENTAR Y APLICAR ATENCION INTEGRAL AL NI?O DE 48-60 MESES	3411001709	3



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION PARA EL ENVEJECIMIENTO Y VEJEZ SALUDABLE	20	34110018	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:

ORIENTAR AL INDIVIDUO SOBRE ASPECTOS GENERALES DEL ENVEJECIMIENTO Y CUIDADOS EN LA VEJEZ

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR Y ORIENTAR AL INDIVIDUO, FAMILIA Y COMUNIDAD SOBRE ASPECTOS DEL ENVEJECIMIENTO	3411001801	5
IDENTIFICAR LOS FACTORES SOCIO - ECONOMICOS QUE INCIDEN EN LA VEJEZ	3411001802	5
IDENTIFICAR LAS ACTIVIDADES POSITIVAS Y NEGATIVAS QUE INCIDEN EN LA SALUD DEL ANCIANO	3411001803	5
ORIENTAR A LA FAMILIA Y AL ANCIANO PARA UNA VEJEZ SALUDABLE	3411001804	5



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha:

21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
PREVENCION DE ACCIDENTES Y PRIMEROS AUXILIOS	50	34110019	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:

ORIENTAR SOBRE LA PREVENCION DE ACCIDENTES Y BRINDAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA EN CASO DE ACCIDENTES O ENFERMEDAD SUBITA

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR Y CONOCER LAS CAUSAS MAS COMUNES DE ACCIDENTES	3411001901	5
IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS GENERALES DE PRIMEROS AUXILIOS	3411001902	4
IDENTIFICAR, VALORAR Y CONTROLAR SIGNOS VITALES	3411001903	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA HERIDA	3411001904	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON FRACTURA	3411001905	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON QUEMADURAS	3411001906	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON INTOXICACION	3411001907	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON PICADURA DE INSECTOS Y MORDEDUR	3411001908	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON CUERPOS EXTRA?OS	3411001909	4
REALIZAR CUIDADOS INMEDIATOS A UNA PERSONA CON ALTERACION DE LA CONCIENCIA	3411001910	4
REALIZAR TRANSPORTE DE LESIONADOS	3411001911	4
DOTAR UN BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	3411001912	5



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION PARA LA SALUD MENTAL	20	34110021	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:
ORIENTAR SOBRE ASPECTOS GENERALES DE LA SALUD MENTAL DEL INDIVIDUO FAMILIA Y COMUNIDAD.

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR LAS CAUSAS MAS COMUNES DE LOS PROBLEMAS A NIVEL DE LA FAMILIA	3411002101	5
ORIENTAR SOBRE LAS GENERALIDADES DE FARMACO DEPENDENCIA	3411002102	5
ORIENTAR COMO DETECTAR EL COMIENZO DE LA FARMACODEPENDENCIA	3411002103	5
ORIENTAR SOBRE EL FOMENTO DE LA SALUD MENTAL INDIVIDUO Y LA UTILIZACION DEL TIEMPO	3411002104	5



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
EDUCACION PARA LA SALUD ORAL	42	34110023	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:

ORIENTAR A LA COMUNIDAD SOBRE LAS TECNICAS ADECUADAS PARA PREVENIR ENFERMEDADES BUCODENTALES MAS COMUNES.

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
IDENTIFICAR LAS PARTES QUE FORMAN LA CAVIDAD ORAL	3411002301	4
ORIENTAR A LA COMUNIDAD SOBRE LA PREVENCIÓN DE CARIES Y PERIODONTOPATIAS	3411002302	10
ORIENTAR A LA COMUNIDAD SOBRE CEPILLADO DENTAL Y LIMPIEZA INTERDENTAL	3411002303	16
ORIENTAR A LA COMUNIDAD SOBRE LOS CUIDADOS DE LA CAVIDAD ORAL EN LAS DIFERENTES	3411002304	12



SERVICIO NACIONAL DE
APRENDIZAJE - SENA

CATALOGO NACIONAL DE ACCIONES DE
FORMACION PROFESIONAL

Fecha: 21/jul/2005

Página:

CARACTERIZACION	CODIGO	NOMBRE
SECTOR	4	SERVICIOS
AREA DE DESEMPEÑO	3	OCUPACIONES EN SALUD
NIVEL DE PREPARACION	4	NIVEL DE CUALIFICACION C
AREA OCUPACIONAL	34	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
CAMPO OCUPACIONAL	341	OCUPACIONES ELEMENTALES EN SERVICIOS DE LA SALUD
OCUPACION	3411	EDUCACION EN SALUD
SALIDA PLENA	341100	SALIDA PARCIAL QUE NO CONDUCE A PLENA

NOMBRE BLOQUE MODULAR	DURACION	CODIGO	BLOQUES MODULARES PRERREQUISITOS
FORMACION ETICA	30	34110024	

OBJETIVO DEL BLOQUE MODULAR:

COMPRENDER E INTERPRETAR EL ENTORNO DE LA VIDA SOCIAL PARA QUE LOS ALUMNOS PUEDAN CREAR UN PROYECTO DE VIDA EN EL CUAL CONSTRUYAN SU IDENTIDAD PERSONAL, APLIQUEN LAS NORMAS DE MANERA REFLEXIVA, ACTUEN DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS DE LA ACTIVIDAD COMUNICATIVA RACIONAL Y LOGREN LAS TRANSFORMACIONES, Y LA SOLUCION DE PROBLEMAS EN EL PLANO PERSONAL Y SOCIAL.

MODULOS INSTRUCCIONALES QUE LO INTEGRAN

NOMBRE DEL MODULO INSTRUCCIONAL	CODIGO	DURACION
INDUCCION A LA FORMACION ETICA	3411002401	30

MES	DIA	FECHA	Nº DIA	A. M.					P. M.				
				7	8	9	10	11	1	2	3	4	5
JULIO	L	8	1	Recepción-Visita C. Técnicos- Inducc.					Inducción SENA				
	M	9	2	Inducción SENA					Inducción OCCIDENTAL				
	M	10	3	Etica y Relaciones Humanas					Etica y Relaciones Humanas				
	J	11	4	Etica y Relaciones Humanas					Etica y Relaciones Humanas				
	V	12	5	Etica y Relaciones Humanas					Etica y Relaciones Humanas				
	L	15	6	Física y Matemáticas					Física y Matemáticas				
	M	16	7	Física y Matemáticas					Física y Matemáticas				
	M	17	8	Física y Matemáticas					Física y Matemáticas				
	J	18	9	Tecnología Mecánica					Tecnología Mecánica				
	V	19	10	Tecnología Mecánica					Tecnología Mecánica				
	L	22	11	Tecnología Mecánica					Tecnología Mecánica				
	M	23	12	Principios de Mecánica					Principios de Mecánica				
	M	24	13	Principios de Mecánica					Principios de Mecánica				
	J	25	14	Principios de Mecánica					Principios de Mecánica				
	V	26	15	Química					Química				
L	29	16	Química					Química					
M	30	17	Química Materiales					Materiales					
M	31	18	Materiales					Materiales					
J	1	19	Materiales					Instrumentación					
V	2	20	Instrumentación					Instrumentación					
AGOSTO	L	5	21	Instrumentación					Instrumentación				
	M	6	22	Instrumentación					Instrumentación				
	J	8	23	Instrumentación					Instrumentación				
	V	9	24	Mecánica de Fluidos					Mecánica de Fluidos				
	L	12	25	Mecánica de Fluidos					Mecánica de Fluidos				
	M	13	26	Mecánica de Fluidos					Mecánica de Fluidos				
	M	14	27	Mecánica de Fluidos					Mecánica de Fluidos				
	J	15	28	Mecánica de Fluidos					Tubería y Accesorios				
	V	16	29	Tubería y Accesorios					Tubería y Accesorios				
	M	20	30	Tubería y Accesorios					Tubería y Accesorios				
	M	21	31	Tubería y Accesorios					Bombas y Equipos				
	J	22	32	Bombas y Equipos					Bombas y Equipos				
	V	23	33	Bombas y Equipos					Bombas y Equipos				
	L	26	34	Bombas y Equipos					Válvulas de Control				
	M	27	35	Válvulas de Control					Válvulas de Control				
M	28	36	Válvulas de Control					Tanques de Almacenamiento					
J	29	37	Tanques de Almacenamiento					Tanques de Almacenamiento					
V	30	38	Visita a ECOPETROL					Visita a SHELL					
SEPTIEMBRE	L	2	39	Motores Eléctricos					Motores Eléctricos				
	M	3	40	Motores Eléctricos					Motores Eléctricos				
	M	4	41	Motores Eléctricos					Motores Eléctricos				
	J	5	42	Motores Eléctricos					Motores Eléctricos				
	V	6	43	Motores Eléctricos					Motores de Combustión				
	L	9	44	Motores de Combustión					Motores de Combustión				
	M	10	45	Motores de Combustión					Motores de Combustión				
	M	11	46	Motores de Combustión					Motores de Combustión				
	J	12	47	Motores de Combustión					Motores de Combustión				
	V	13	48	Ecología					Ecología				
	L	16	49	Ecología					Primeros Auxilios				
	M	17	50	Primeros Auxilios					Primeros Auxilios				
	M	18	51	Metrología					Metrología				
	J	19	52	Metrología					Metrología				
	V	20	53	Metrología					Metrología				
L	23	54	Tecnología de Hidrocarburos					Tecnología de Hidrocarburos					
M	24	55	Tecnología de Hidrocarburos					Control de Calidad					
M	25	56	Control de Calidad					Control de Calidad					
J	26	57	Recapitulación Ajuste					Recapitulación Ajuste					
V	27	58	Recapitulación Ajuste					Recapitulación Ajuste					

CRONOGRAMA DE RECURSO HUMANO

SENA-Regional Bogotá y Cundinamarca
 Gerencia de Operaciones Sector Industria
 Programa de Asesoría a las Empresas

PLAN DE TRABAJO
 CONVENIO "SENA" - OCCIDENTAL
 CURSO: NIVELACION OPERADORES
 LUGAR: BOGOTÁ

Fecha de elaboración, _____ de _____ de 19__

ACTIVIDAD	FECHA	MES												OBSERVACIONES
		J	A	S	O	N	D	E	F	A	M	J	J	
		J	U	L	I	O	A	G	O	S	T	O	SEPTIEMBRE	
1 Inducción Dinámica Grupal P. Rodríguez/A. Galeano (C.T.I.)	15-16													
2 ETICA-RELAC. HUMANAS (G.M.M.) H. Zuluaga/Rosaura de Molano	17-24													
3 MATEMATICAS-FISICA APLICADA Efraín Patiño (C.MM)	17-24													
4 TECNOLOGIA MECANICA Ariel Masmela (C.MM)	25													
5 MECANICA APLICADA (Mecanismos) Oscar Galvis (CMM)	25													
6 QUIMICA Amalia Yepes (C.T.I.)														
7 MATERIALES Ariel Masmela (CMM)														
8 MECANICA DE FLUIDOS Jorge García (CTI)														
9 INSTRUMENTACION Victor Monroy (CTI)														
10 BOMBAS Y EQUIPOS Oscar Galvis (CMM)														
11 TUBERIA Y ACCESORIOS Alirio Sánchez (CMM)														

Evaluación

