

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 1 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

## PROGRAMA AUXILIAR EN SERVICIOS FARMACEUTICOS



### MODULO NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS

<b>ELABORO</b> DINA GARZON Coordinadora académica	<b>REVISO</b> DIEGO HERNANDEZ Coordinador académico	<b>COORDINO</b> FABIAN MEZA MURILLO Coordinador de calidad	<b>APROBO</b> Dra. YIRLE AN SANCHEZ Director general
---------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 2 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

## MODULO DE NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS.

<b>CONTENIDO</b>	
<b>1.</b>	<i>Introducción</i>
<b>2.</b>	<i>Presentación de la norma y sus componentes</i>
<b>3.</b>	<i>Presentación del modulo</i>
	<i>3.1. Unidades/Resultados de Aprendizaje</i>
<b>4.</b>	<i>Planeación de los saberes. Unidad 1 de 3. Descripción de los productos y servicios.</i>
	<i>4.1. Planeación de actividades de enseñanza aprendizaje evaluación. Unidad 1 de 3. Descripción de los productos y servicios.</i>
	<i>4.2. Desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje evaluación. Unidad 1 de 3. Descripción de los productos y servicios.</i>
<b>5.</b>	<i>Planeación de los saberes. Unidad 2 de 3. Negociación y venta de productos y servicios farmacéuticos.</i>
	<i>5.1. Planeación de actividades de enseñanza aprendizaje evaluación Unidad 2 de 3. Negociación y venta de productos y servicios farmacéuticos</i>
	<i>5.2. Desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje evaluación. Unidad 2 de 3. Negociación y venta de productos y servicios farmacéuticos</i>
<b>6.</b>	<i>Planeación de los saberes. Unidad 3 de 3. Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.</i>
	<i>6.1. Planeación de actividades de enseñanza aprendizaje evaluación Unidad 3 de 3. Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.</i>
	<i>6.2. Desarrollo de las actividades de enseñanza aprendizaje evaluación. Unidad 3 de 3. Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.</i>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 3 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

## 1. INTRODUCCIÓN

El módulo de Negociación de Productos y Servicios Farmacéuticos, obedece o se deriva de la norma de competencia específica: **NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLITICAS DE LA EMPRESA.** Aplica para el programa de formación auxiliar en servicios farmacéuticos. La norma consta de 3 elementos a saber:

- 1- Presentar a los clientes las características beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.
- 2- Cerrar la venta de productos y servicios conforme a las políticas de ventas y los términos de negociación.
- 3- Acordar términos de negociación y condiciones comerciales según objetivos, estrategias y legislación comercial.

## 2. PRESENTACION DE LA NORMA Y SUS COMPONENTES

**NORMA DE COMPETENCIA:** Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa

**ELEMENTO 1:** Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante

**CRITERIO DE DESEMPEÑO:** **A.** Las presentaciones de productos y servicios son apoyadas en el uso de programas y navegadores que incluyen gráficos, animaciones, ventajas de productos o servicios, comparaciones de precios y catálogos. **B.** La información de los productos y servicios es proporcionada y reforzada con demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones con el fin de obtener la decisión de compra en los diferentes mercados **C.** Los productos y servicios son presentados argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad-precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve. **D.** El conocimiento del producto a presentar es respaldado y certificado por el productor. **E.** Las características distintivas de los productos o servicios en relación con otros, la exclusividad y lo innovador del producto o servicio son expuestos a los clientes con el fin de que estos conozcan las bondades de los productos y servicios.

**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES.** 1. Manual de productos: Características, beneficios, ventajas y objetivos (a) 2. Manual del fabricante (a). 3. Certificado de proveedores sobre el conocimiento del producto (d). 4. Demostraciones del producto (b). 5. Distribución de muestras, degustaciones (b). 6. Check list sobre la idea del producto o servicio (e). 7. Norma ISO 9000, Norma ISO 14000 (c, d). 8. Estándares especiales HACCP. CE. ECO. Label (c, d).

**RANGO DE APLICACIÓN**  
 Categoría: Tipo de productos: Clases: - Industrial - Consumo y servicios  
 Categoría: Formas de presentación: Clase: - Personal - Telefónica y virtual

**EVIDENCIAS REQUERIDAS:** **Conocimiento.** Prueba escrita sobre los factores que se deben tener en cuenta a la hora de presentar un producto o servicio **Producto.** Validación del crecimiento del producto mediante certificación del productor. **Desempeño.** Evaluar la metodología utilizada en la preparaciones de una presentación de producto.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 4 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

**ELEMENTO 2:** Cerrar la venta de productos y servicios conforme a las políticas de ventas y los términos de negociación

<b>CRITERIO DE DESEMPEÑO</b>	<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN</b>
<p><b>A.</b> Las negociaciones de productos y servicios se hacen teniendo en cuenta la planificación, la entrega de productos por cualquier medio y las formas de pago. <b>B.</b> Las negociaciones nacionales e internacionales son cerradas aplicando la técnica de ventas y negociación. <b>C.</b> La información a clientes sobre existencias, fecha de entrega, calidades y cantidades disponibles, es entregada a través del sistema de comunicación establecida. <b>D.</b> La información sobre garantías y ayuda posventa para los productos y servicios adquiridos, es planteada en la negociación <b>E.</b> El ancho de la banda y el tamaño de la I.S.P, es tenido en cuenta para la presentación de negocios por la web o negocios. <b>F.</b> Las negociaciones por Internet son soportadas con el sistema interno de correos que legaliza la compra y hace posible el desarrollo de compras por catálogo. <b>g.</b> Los productos y servicios son negociados de acuerdo con las tendencias de venta y distribución adecuada al producto o servicio específico. <b>h.</b> La argumentación y las preguntas son estructuradas de acuerdo con la situación a manejar. <b>i.</b> La negociación es realizada en dos sentidos con los clientes y empresa para obtener la venta y adaptar el producto a las necesidades del cliente. <b>j.</b> Las objeciones son escuchadas sin interrupción y convertidas en adecuadas técnicas de preguntas y respuestas. <b>k.</b> Los instrumentos de carácter legal o contractual internacional que proveen la solución a los diversos negocios internacionales, los sujetos protagonistas y los conceptos básicos son identificados <b>l.</b> La negociación de productos y servicios están soportadas en la identificación de motivaciones, intereses, y objetivos de las partes con el apoyo de las herramientas y manuales. <b>m.</b> Las situaciones embarazosas o de alto riesgo diferentes a las generadas por venta son manejadas con alto nivel de profesionalismo y madurez. <b>N.</b> El cierre es logrado con la</p>	<p><b>1.</b> La venta (a) <b>2.</b> Factores que intervienen en al venta (a) <b>3.</b> Técnicas de venta (a, n) <b>4.</b> Fases de la venta: Aproximación, escucha activa, argumentación, objetivos, factores claves, objeciones, técnicas de resolución, técnicas de persuasión, el cierre (a, n, q) <b>5.</b> Habilidades para hablar en público (a) <b>6.</b> La comunicación: Verbal y no verbal (a) <b>7.</b> Barreras en l comunicación (a, q) <b>8.</b> Proceso de negociación (a, q) <b>9.</b> Asertividad en la negociación (a, q) <b>10.</b> Herramientas y material de apoyo en la negociación (a, l, q) <b>11.</b> Estilos en la negociación (a) <b>12.</b> Navegadores de Internet (a) <b>13.</b> Características y beneficios de los productos y servicios <b>14.</b> Ingles comercial 8º9 <b>15.</b> Sistemas de ventas: Por áreas geográficas, por productos, por clientes, mixtas (b) <b>16.</b> Técnicas de prospectación (a) <b>17.</b> Técnicas de acercamiento y cuestionamiento (a, o) <b>18.</b> Manejo de respuestas / reacciones de los clientes (a) <b>19.</b> La pos visita (a) <b>20.</b> Las técnicas de cierre de ventas: AIDA, SPIN (a, n, o) <b>21.</b> Tipos de decisiones de compra: Limitada, extensiva, rutinaria (a, j) <b>22.</b> Negociaciones: B2B, B2C, C2C, C2B, B2G (a, b, c, d) <b>23.</b> Relaciones entre los diversos actores de la negociación (b, c, d, o) <b>24.</b> El poder y sus tipos (a,) <b>25.</b> El conflicto y sus tipos (a, b, e) <b>26.</b> Formas de resolución de conflictos en la negociación (a, b, e) <b>27.</b> Canales y estrategias de ventas y distribución: Venta personal, venta directa, e-commerce, Televenta, Venta por catálogo, venta de correo (g) <b>28.</b> Customer Relati6n Ship Mangament: Relaci6n de los clients a trav6s de la red (e, f) <b>29.</b> Tipos de preguntas: Problema, implicaci6n, ganancia. (h, j) <b>30.</b> Conocimiento de Manuales: De producto, de pol6ticas comerciales, de procedimientos (l) <b>31.</b> T6cnicas de planteamiento psicocibern6tica o t6cnica de simulaci6n cerebral (h, j) <b>32.</b> T6cnicas de</p>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 5 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<p>participación activa del cliente que verdaderamente desee comprar por convicción propia, luego del asesoramiento recibido en relación con el producto o servicio a través de la aplicación de las etapas y técnicas de Venta.</p> <p><b>O.</b> La estrategia de negociación utilizada logra despertar el interés en el producto o servicio, reconocer la existencia de necesidades o problemas, aceptar los beneficios argumentos, tomar y ejecutar la decisión de compra. <b>P)</b> A través de las acciones de prospecting se contacta personalmente y califica a cada una de las personas que poseen el perfil y condiciones para convertirlos en clientes.</p>	<p>expresión oral y escrita (b, f, h) 33. Solución de situaciones diferentes a la negociación (m) 34. Plan de argumentación de objeciones (h, j, k). 35. Ley de comercio electrónico (f) 36. Prospecting – búsqueda de potenciales de clientes (p) 37. Proceso de exportación (b, k)</p>
<p><b>RANGO DE APLICACIÓN:</b></p> <p><b>Categoría.</b> Formas de preparación de los pedidos. <b>Clase.</b> Manual. Automatizada. Semiautomatizada.</p> <p><b>Categoría.</b> Equipos de extracción. <b>Clase.</b> Manual. - Automatizada. - Semiautomatizada.</p> <p><b>Categoría.</b> Naturaleza de los objetos. <b>Clase.</b> Venta personal, directa ,multinivel tele venta, por catálogo, por correo.</p>	
<p><b>EVIDENCIAS. Conocimiento.</b> Por escrito. -Describir el procedimiento para negociar la oferta de un producto o servicio en un mercado específico. -Mediante clínicas de ventas evaluar actitudes, aptitudes y técnicas de ventas. <b>Producto.</b> Revisión de aportes de informes de ventas <b>Desempeño</b> - Evaluar los resultados frente a los indicadores establecidos para medir la gestión de ventas. - Evaluar la forma en que maneja un auditorio.</p>	
<p><b>NELEMENTO 3:</b> Acordar términos de negociación y condiciones comerciales según objetivos, estrategias y legislación comercial</p>	
<p><b>CRITERIO DE DESEMPEÑO. A).</b> Los términos de negociación son fijados de acuerdo con las políticas y parámetros establecidos por la organización, la legislación general, el marco legal de derechos y obligaciones mínimas de cada. <b>B)</b> Los contratos de coordinación y cooperación entre los diversos actores son definidos de acuerdo con las estrategias para cobertura del mercado. <b>C)</b> Los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes son planteados con base en los niveles de responsabilidad en cuanto a volumen de ventas, clientes, territorios, formas de entrega, traslados, costos y precios de los productos y servicios. <b>D).</b> Los términos de negociación son establecidos considerando las condiciones de pago, los descuentos, las garantías, las restricciones de ventas y los niveles de riesgo en cuanto a donde y como se comprarán y venderán los productos o servicios. <b>E).</b> Los términos de negociación en contratos de intermediación son fijados considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista/ minorista y remuneración de los intermediarios. <b>F).</b> Los acuerdos de la negociación son establecidos con base en los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales. <b>G).</b> Las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago, los fletes, seguros, impuestos y garantías son fijadas dependiendo del tipo de negociación. <b>H).</b> Las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago, los fletes, seguros, impuestos y garantías son fijadas dependiendo del tipo de negociación. <b>I).</b> Los términos de negociación en los mercados internacionales están regidos por las normas de comercio exterior según políticas gubernamentales y de las cámaras de comercio. <b>J)</b> Los gastos de envío son acordados con base en los datos de peso y dimensiones, modo de envío, lugar de origen y lugar de destino, derechos arancelarios, impuestos y costes adicionales contenidos en el manual de envíos internacionales.</p>	

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 6 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES.** 1. Aspectos legales de la negociación: nacionales e internacionales (a, c, d, e, f). 2. Relaciones entre fabricantes y distribuidores: Trade Marketing (b, c, d). 3. Elementos de un contrato comercial (b, d, e). 4. Aspectos éticos en la negociación (a, f). 5. Idiomas: Inglés técnico (a, b, c, d, e, f). 6. Pólizas de cumplimiento (d, f). 7. Tipos de contratos (b, d, e, f). 8. Relaciones humanas (b, c). 9. Clases de negociación (g). 10. Tipos de acuerdos comerciales: concesión, franquicia, en depósito, a término fijo, comisión (c, f). **11.** Sociedades de intermediación (e). 12. Formas de pago y plazos nacionales e internacionales (d, e, g, h). **13.** Mercado cambiario y de divisas (c,d,i) 14. Tasas internacionales: Libor, prime rate, spread (c, d, e, f, g, i). 15. Normas cambiarias y de comercio internacional (l). 16. Costos financieros: Tasas de interés, depreciación monetaria, inflación, reevaluación, tasas de cambio (c). **17.** Cartas de crédito (d, e, g). **18.** Gastos de envío: normas, reglamentaciones, derechos arancelarios, impuestos y seguros (j). **19.** Manual de envíos internacionales (j) **20.** INCOTERMS (g, i, j). **21.** Condiciones de despacho de los productos (g, j). **22.** Contrato de compraventa internacional entre vendedor y comprador (g, h).

**RANGOS DE APLICACIÓN. Categoría.** Magnitud de la negociación: clase. - Local. - Nacional. - Internacional.

**Categoría.** Sistemas Comerciales: clases. - Mayorista. - Minorista. - Agentes comerciales. - Comisionista. - Corredores. - Clientes.

**Categoría.** Actividad Comercial: clase. - Compra. - Venta. - Alquiler.

**Categoría.** Cobertura del Mercado: clase. - Nacional. - Internacional.

**Categoría.** Tipos de Productos: clase. - Industrial. - Consumo. - Servicios.

**Categoría.** Tipos de Acuerdo Comercial: clase - Concesión. - Franquicia. - En depósito. - A término fijo. - Comisión.

**EVIDENCIAS. Conocimiento.** Prueba escrita donde enuncie las partes de un contrato **Producto.** Verificación del equipo seleccionado para el uso en la atención de varios tipos de emergencia. **Desempeño.** Seguimiento en el puesto de trabajo sobre los procedimientos que sigue para fijar los parámetros de negociación.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 7 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>3. PRESENTACION DEL MODULO</b>			
<b>MODULO. NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACOLOGICOS</b>			
<b>Modalidad Presencial.</b>			
<b>UNIDADES DE APRENDIZAJE</b>	Teoría	Práctica	Créditos
1. Descripción de los productos y servicios.	11	16.5	
2. Negociación y venta de productos y servicios farmacéuticos.	55	83.5	
3. Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	49.6	74.4.	
<b>TOTAL HORAS- CREDITOS</b>	<b>290.Horas</b>		<b>6.</b>

<b>3.1.UNIDADES/RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE</b>	<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE</b>
1. Descripción de los productos y servicios.	Presentar los productos y servicios argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve.
	Describir el producto y los servicios mediante la aplicación de técnicas de impulso y demostraciones con entusiasmo y seguridad.
2. Negociación y venta de productos y servicios farmacéuticos.	Manejar con alto nivel profesional y madurez las situaciones embarazosas o de alto riesgo, mediante la concertación y el dialogo.
	Vender productos y servicios farmacéuticos conforme a las políticas de ventas y términos de negociación.
	Realizar las negociaciones nacionales e internacionales aplicando las técnicas de ventas y diferentes medios y oportunidades de negocios.
3. Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	Fijar los términos de negociación de acuerdo con las políticas y parámetros establecidos por la organización, la legislación general, el marco legal de derechos y obligaciones mínimas de cada parte.
	Establecer los términos de la negociación considerando las condiciones de pago, los descuentos, las garantías, las restricciones de ventas y los niveles de riesgo en cuanto a donde y como se comprarán y venderán los productos o servicios.
	Fijar los términos de negociación en contratos de intermediación considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista / minorista y remuneración de los intermediarios.
	Establecer los acuerdos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 8 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

--	--

<b>4. PLANEACION DE LOS SABERES</b>			
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 1 DE 3.</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>HACER</b>	<b>SER ACTITUDES Y VALORES</b>	
<b>1. Presentación del producto</b> Conocimiento del producto. -	-Asesorar al cliente sobre los aspectos generales del producto.  -Plantear la información sobre garantías de los productos a través de certificaciones. y seguimiento del servicio.	<i>Interesado en conocer las características del producto.</i> <i>Presto para identificar las necesidades del cliente y cumplir sus expectativas.</i>	
<b>2-3.</b> -Manual del fabricante. -Certificado de proveedores sobre manuales de productos, de políticas comerciales, de procedimientos.	Exponer las características de los productos a los clientes	<i>Estudioso y dedicado para interpretar los manuales de productos, políticas comerciales y procedimientos.</i>	
<b>4-5. Características y beneficios de los productos.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantías.</li> <li>• Ventajas del producto.</li> <li>• Objetivos del producto.</li> </ul>	-Especificar los beneficios de los productos para hacerlos más atractivo a los clientes.  -Determinar el servicio sobre la posventa para los productos adquiridos.  -	<i>Persuasivo y seguro para mostrar los beneficios, garantías y ventajas del producto.</i>  <i>Preciso al mostrar la exclusividad de los productos y los servicios en la negociación con los clientes.</i>	
<b>6-7. Check list sobre la idea del producto o servicio.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demostraciones de productos.</li> <li>• Degustaciones.</li> <li>• Selección de productos.</li> </ul>	<i>Aplicar estrategias en las demostraciones y degustaciones del producto.</i>	<i>Creativo y seguro en las demostraciones y presentaciones del producto.</i>	
<b>8-9. Distribuciones de muestras</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logística.</li> <li>• Empaques.</li> <li>• Resistencias de los empaques.</li> <li>• Envases.</li> <li>Embalajes.</li> </ul>	<i>Distribuir las muestras conforme a la logística y presentación física del producto.</i>	<i>Responsable y dedicado en la distribución de las muestras del producto.</i>	
<b>VERIFICACION INTENSIDAD HORARIA UNIDAD1/3</b>			
	Descripción	Horas	Subtotal      Total

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 9 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

9	clases	X 1. hora	9 Horas	
2	EPEP	X 1. hora	2 Horas	11 HORAS

<b>4.1.PLANEACION DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 1/3</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
<b>CRITERIO DE EVALUACION</b>		<b>EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE</b>	
<p>-Apoya las presentaciones de productos y servicios con el uso de navegadores y programas.</p> <p>- Demuestra con objetividad las propiedades del producto o servicio enumeradas en el manual del fabricante.</p> <p>-Presenta los productos y servicios apoyándose en el uso de programas y navegadores dependiendo del tipo de producto escogido por el cliente.</p> <p>-Proporciona información de los productos y servicios con demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones con el fin de obtener la decisión de compra en los diferentes mercados.</p> <p>-Presenta los productos y servicios argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve.</p> <p>-Presenta el producto mediante el conocimiento del es respaldado y certificado por el productor.</p> <p>-Expone a los clientes las características distintivas de los productos o servicios en relación con otros.</p> <p>-Expone la exclusividad y lo innovador del producto o servicio a los clientes con el fin de que estos conozcan sus bondades.</p>		Conocimiento	
		<p>- Prueba escrita sobre los factores que se deben tener en cuenta a la hora de presentar un producto o servicio.</p>	
		Producto	
		<p>- Validación del conocimiento del producto mediante certificación del productor.</p>	
		Desempeño	
		<p>- Evaluar la metodología utilizada en la preparación de una presentación de producto.</p>	
<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION</b>			
<b>TECNICAS</b>		<b>INSTRUMENTO</b>	
Observacion directa	X	Lista de chequeo	X
Formulación de preguntas	X	Cuestionarios	X
Simulación de situaciones	X	Lista de chequeo	X
Entrevista		Cuestionario	
<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>			
<b>Sala de formación – biblioteca -Unidad de farmacia.</b>			
<b>MEDIOS EDUCATIVOS</b>			
<b>Guías de enseñanza- aprendizaje. Computadores. Televisores. Video beam.</b>			
<b>ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.</b>			
<b>Docente:</b> Explicación-demostración- formulación de preguntas- entrevistas-presentaciones-inducción			

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		Código	
			DD-PD-017	
	Fecha de emisión	Fecha de actualización	Versión 01	Página 10 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

a la aplicación de guías y EPEP-

**Estudiante:** estudio y resolución de problemas- elaboración de documentos-estructuración de proyectos- simulación de casos- practicas de talleres.

4.2.DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION			
PLAN DE CLASE			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad Aprendizaje 1/3</b> de	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.		11. horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	1 de 9	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRESIONES ESENCIALES	RESULTADO DE CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>1.</b> -Presentación de la unidad de aprendizaje. Contenido, E.P.E.P., resultados de aprendizaje, metodologías, criterios de evaluación, evidencias de aprendizaje requerido.	Interpretar el contenido de la unidad.  Identificar los componentes de la unidad.  Reconocer el aprendizaje autónomo como una estrategia metodológica de alto valor en su formación.	<b>ENSEÑANZA. DOCENTE</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia ( 10 minutos) -Presenta la unidad de aprendizaje (30 minutos).  -Retroalimenta la presentación con un taller (35 minutos).  <b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE.</b> Atento a la presentación de la unidad, participa en el taller de retroalimentación. Comprometido con su proceso de formación.	Aula de formación  Unidad de farmacia.	<b>Materiales</b> Tablero Marcador Borrador Computador . Televisor Video B.  <b>Recursos:</b> Correo Electrónico Internet Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum. <a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a>  <a href="http://www.slideshare.net/presentacion-de-productos-y-servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a>  <a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 11 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

			www.quiminet.com
--	--	--	------------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	11. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	2-3. de 9	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>2-3.</b> -- Presentación del producto. -Manual del fabricante -Certificado de proveedores sobre -Conocimiento del producto.	Identificar las características generales del producto.  Reconocer la importancia de ser honesto en la presentación de los productos argumentando las bondades de los mismos y necesidades que satisface y resuelve.  Interpretar el manual del fabricante y certificado de proveedores.	<b>ENSEÑANZA.DOCENTE</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia (5 minutos). - Desarrolla contenido de presentación del producto mediante demostración, orientando la utilización de la GUIA NEGOCIAR. (55 minutos).  -Organiza el grupo para discusión e interpretación del manual del fabricante, certificado de proveedores y conocimiento del producto, mediante conversatorio propiciando la participación del estudiante. Orienta, amplia información ( 55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.ESTUDIANTE.</b> Utiliza la guía de S.F. pregunta inquietudes, organizado, comprometido con su aprendizaje.	Aula de formación	<b><u>Materiales</u></b> Tablero Marcador Borrador Computador. Televisor Video B.  <b><u>Recursos:</u></b> Correo Electrónico Internet  Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.  <a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a>  <a href="http://www.slideshare.net/presentacion_de_productos_y_servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a>  <a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a>  <a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 12 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

--	--	--	--	--

<b>EPEP 1/2</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS.	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	11. horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 1 hora )</b>	1 de 2	Modulo especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

Conocimiento y comprensiones esenciales	RESULTADO DEL EPEP	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
Características y beneficios de los productos. • Garantías • Ventajas del producto Objetivos del producto.	Exponer las características y beneficios de los productos  -Presentar los productos argumentando las bondades a los clientes  -Plantear la información sobre garantías de los productos.	<b>DOCENTE:</b> -Orienta la aplicación del EPEP. Para las clases 4-5. ( 5 minutos por equipo de estudiantes máximo 3 estudiantes)  -Asigna equipos de trabajo, verifica los contenidos del EPEP en la guía a utilizar, recomienda bibliografía de consulta.  <b>ESTUDIANTE.</b> Dispuesto para trabajar el EPEP. Según concertación con el docente y equipo de compañeros.	Auditorio, salón de formación	<b>Materiales</b> Tablero Marcador Borrador Computador . Televisor Video B.  <b>Recursos:</b> Correo Electrónico Internet  Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.  www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm  www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios  www.saludc

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 13 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

				<a href="http://apital.gov.co">apital.gov.co</a>  <a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a>
--	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	11. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	4-5. de 9	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

CONOCIMIENTO S Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>4-5. Características y beneficios de los productos.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Garantías.</i></li> <li>• <i>Ventajas del producto.</i></li> </ul> <b>Objetivos del producto.</b>	Exponer las características y beneficios de los productos.  -Presentar los productos argumentando las bondades a los clientes.  -Plantear la información sobre garantías de los productos.	<b>ENSEÑANZA.DOCENTE</b> -Verifica la asistencia, consigna la inasistencia ( 5 minutos)  -Organiza el grupo para la sustentación del EPEP. 1 de 2 (45 minutos) Hace recomendaciones concede plazo a quien aun no cumple el EPEP.  -Entrega y socializa el EPEP 2/2 (10 minutos)  <b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE</b> Participa en la sustentación del EPEP. Acoge	Aula de formación	<b>Materiales</b> Tablero Marcador Borrador Computador . Televisor Video B.  <b>Recursos:</b> Correo Electrónico Internet  Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.  <a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a>  <a href="http://www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 14 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		recomendaciones, pregunta inquietudes.		<a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a>  <a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a>
--	--	----------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>EPEP 2/3.</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS.	<b>290horas teóricas</b>
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	<b>11. horas teóricas</b>
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 1 hora )</b>	2 de 2	Modulo especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

Conocimiento y comprensiones esenciales	RESULTADO DEL EPEP	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<i>Check list sobre la idea del producto o servicio.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Demostraciones de productos</i></li> <li>• <i>Degustaciones Selección de productos.</i></li> </ul>	Realizar demostraciones y degustaciones de productos	<p><b>DOCENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Orienta la aplicación del EPEP. Para la próxima clase</li> <li>-Asigna equipos de trabajo, verifica los contenidos del EPEP en la guía a utilizar</li> </ul> <p><b>ESTUDIANTE.</b></p> <p>Dispuesto para trabajar el EPEP. Según concertación con el docente y equipo de compañeros si se requiere.</p>	Auditorio, salón de formación	<p><b>Materiales</b></p> <p>Tablero Marcador Borrador Computador. Televisor Video B.</p> <p><b>Recursos:</b></p> <p>Correo Electrónico Internet</p> <p>Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.</p> <p><a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a></p> <p><a href="http://www.slideshare.net/presentacion-de-productos-y-servicios">www.slideshare.net/presentacion-de-productos-y-servicios</a></p> <p><a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a></p> <p><a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a></p>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 15 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION		
PLAN DE CLASE		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.	11. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	6-7. de 9	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

Conocimiento s y comprensiones esenciales	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>6-7. Check list sobre la idea del producto o servicio.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Demostraciones de productos.</i></li> <li>• <i>Degustaciones. Selección de productos.</i></li> </ul>	.Realizar demostraciones y degustaciones de productos.	<b>ENSEÑANZA.DOCENTE</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia ( 5 minutos).  -Verifica la realización del EPEP.1/2, Organiza el grupo para la demostración y degustación de productos. (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE.</b> Sustenta el EPEP mediante demostraciones y degustaciones. (5 minutos por equipo de 3 estudiantes máximo).	Aula de formación	<b><u>Materiales</u></b> Tablero Marcador Borrador Computador. Televisor Video B.  <b><u>Recursos:</u></b> Correo Electrónico Internet  Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.  <a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a>  <a href="http://www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a>  <a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a>  <a href="http://www.quimin">www.quimin</a>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 16 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

				et.com
--	--	--	--	--------

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION				
PLAN DE CLASE				
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS			290 horas teórico práctico
<b>Unidad Aprendizaje 1/3</b>	<b>de</b>	DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS.		11. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	8 -9 de 9	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.		

Conocimiento s y comprensiones esenciales	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>8-9. Distribuciones de muestras</b>	Organizar y distribuir	ENSEÑANZA.DOCENTE Verifica la asistencia,	Aula de formación	<u>Materiales</u> Tablero Marcador

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 17 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Logísticas</i></li> <li>• <i>Empaques</i></li> <li>• <i>Resistencias de los empaques</i></li> <li>• <i>Envases Embalajes.</i></li> </ul>	<p>muestras</p> <p>Presentar Los productos argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve.</p>	<p>consigna la inasistencia (5 minutos).</p> <p>Realiza modera mesa redonda sobre distribuciones de muestras- logísticas- empaques-envases embalajes. Propicia la participación del estudiante. (55 minutos).</p> <p>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE. Participa en la mesa redonda, pregunta inquietudes.</p>	<p>Borrador Computador. Televisor Video B.</p> <p><b>Recursos:</b> Correo Electrónico Internet</p> <p>Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.</p> <p><a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a></p> <p><a href="http://www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a></p> <p><a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a></p> <p><a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a></p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>PRESENTACION DE EVIDENCIAS</b>		
<b>Norma de competencia</b>	Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.	290 horas teórico práctico
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacológicos.	
<b>Elemento 1 de 3</b>	Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.	<b>11.horas teóricas</b>
<b>Unidad de Aprendizaje 1/3</b>	Descripción de los productos y servicios.	
<b>Evidencia</b>	<b>PRODUCTO- CONOCIMIENTO.</b>	

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 18 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

EVIDENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
Producto - Validación del conocimiento del producto mediante certificación del productor.  Conocimiento - Prueba escrita sobre los factores que se deben tener en cuenta a la hora de presentar un producto o servicio.	Presentar los productos y servicios argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve.  Describir el producto y los servicios mediante la aplicación de técnicas de impulso y demostraciones con entusiasmo y seguridad.	<b>DOCENTE-ENSEÑANZA:</b> -Llama a lista y registra las inasistencias (10 minutos) -Organiza el grupo para la presentación de las evidencias de conocimiento y producto. -Realiza la valoración de la evidencia de conocimiento y recibe la evidencia de producto. ( 80 minutos) <b>ESTUDIANTE-APRENDIZAJE:</b> Presenta evidencia de conocimiento, entrega evidencia de producto.	Salón de formación	<b>Materiales</b> Tablero Marcador Borrador Computador. Televisor Video B.  <b>Recursos:</b> Correo Electrónico Internet  Guía S.F. Negociar 1/3. Vademe cum.  <a href="http://www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm">www.selling-systems.com/venta_productos_servicios.htm</a>  <a href="http://www.slideshare.net/presentacion-de-productos-y-servicios">www.slideshare.net/presentacion de productos y servicios</a>  <a href="http://www.saludcapital.gov.co">www.saludcapital.gov.co</a>  <a href="http://www.quiminet.com">www.quiminet.com</a>

### LISTA DE CHEQUEO DE DESEMPEÑO

<b>PARA VALORACIÓN DE LA NORMA: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA CÓDIGO: 20662810250304</b>						
<b>Unidad de aprendizaje 1 de 3. Descripción de los productos y servicios 16.5 horas prácticas</b>						
<b>Actividades</b>	<b>M.O.</b>				<b>Valoración</b>	
<b>ELEMENTO 1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>C</b>	<b>A.N.C.</b>
<b>1.1.</b> Apoya las presentaciones de productos y servicios mediante el programas y navegadores que incluyen gráficos, animaciones.						
<b>1.2.</b> Apoya las presentaciones de productos y servicios mostrando ventajas y beneficios conforme al manual del fabricante.						
<b>1.3.</b> Proporciona información de los productos y servicios reforzando con demostraciones, muestras, degustaciones y						

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 19 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<i>exhibiciones.</i>									
<i>1.4. Presenta los productos y servicios argumentando las bondades de los mismos en cuanto a la relación calidad precio, resistencia, duración y necesidades que satisface y resuelve.</i>									
<i>1.5. Respalda la presentación del producto mediante el certificado del productor.</i>									
<i>1.6. Expresa al cliente las características distintivas de los productos o servicios en relación con otros.</i>									
<i>1.7. Expone al cliente la exclusividad y lo innovador del producto o servicio.</i>									
<b>ACTITUDES PERSONALES</b>									
<i>2. Interactúa con el cliente interno y externo según criterios institucionales de servicio.</i>									
<i>2.1. Desarrolla relaciones interpersonales con el equipo de trabajo con respeto y cortesía de acuerdo con el protocolo de servicio institucional.</i>									
<i>2.2. Se comunica con el cliente interno y externo con calidez, precisión y oportunamente según los protocolos de servicio.</i>									
<i>2.3. Utiliza Los equipos y elementos de trabajo de acuerdo con la capacidad tecnológica de la institución.</i>									
<i>2.4. Organiza el área de trabajo se de acuerdo con parámetros institucionales por cada turno.</i>									
<i>2.5. Desarrolla contacto con el cliente o usuario en un clima de cordialidad y respeto de acuerdo con protocolo institucional.</i>									
<i>2.6. Acoge las sugerencias del docente con actitud positiva.</i>									
<i>2.7. Asume actitudes basadas en principios y valores éticos.</i>									
<i>2.8. Demuestra interés en su aprendizaje.</i>									
<i>2.9. Desarrolla comunicaciones eficaces y asertivas</i>									
<b>PRESENTACION PERSONAL</b>									
<i>3. Porta el uniforme completo</i>									
<i>3.1. Su presentación personal y apariencia es ordenada y pulcra</i>									
<i>3.2. Cumple el horario establecido en la formación practica</i>									
<i>3.3. Porta los elementos de bioseguridad requeridos institucionalmente. (Si lo requiere el servicio).</i>									
<b>CIUDAD</b>	<b>FECHA DEL MOMENTO DE OBSERVACION</b>								
	Día								
	Mes								
<b>Fecha de iniciación formación práctica</b>	Mes _____ Día _____ Año 201								

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 20 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<i>Fecha finalización formación práctica</i>		<i>Mes_____ Día_____ Año 201</i>	
<i>16.5 horas de formación práctica</i>			
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>			
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>			
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>			
<i>NOMBRE DEL DOCENTE</i>		<i>FIRMA DEL DOCENTE</i>	
_____		_____	
<i>FIRMA DEL ESTUDIANTE</i>			
_____			

<b>5.PLANEACION DE LOS SABERES</b>		
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 2 DE 3.</b>		
<b>VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS</b>		
<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>HACER</b>	<b>SER ACTITUDES Y VALORES</b>
1-5. La venta (a). Factores que intervienen en la venta Técnicas de venta (a, n).	-Negociar productos y servicios teniendo en cuenta la planificación, la entrega de productos por cualquier medio y las	Hábil, positivo para aplicar las técnicas de la venta

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 21 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

6-10. Fases de la venta: aproximación, escucha activa, argumentación, objetivos, factores clave, objeciones, técnicas de resolución, técnicas de persuasión y el cierre	<p>formas de pago.</p> <p>Cerrar las negociaciones nacionales e internacionales aplicando las técnicas de ventas y negociación.</p> <p>Negociar productos y servicios de acuerdo con las estrategias de venta y distribución adecuada al producto o servicio específico.</p>	<i>Decidido, persuasivo y seguro al realizar el cierre de la venta</i>
10-15. Habilidades para hablar en público La comunicación: verbal y no verbal Barreras en la comunicación		<i>Asertivo en la comunicación</i>
15-16. Proceso de negociación	<p>Entregar la información a los clientes sobre existencias, fecha de entrega, calidades y cantidades disponibles, a través del sistema de comunicación establecido.</p> <p>Plantear en la negociación la información sobre garantías y ayuda posventa para los productos y servicios adquiridos.</p>	<i>Responsable e interesado al aplicar el proceso de la negociación paso a paso</i>
17. 18-19. Asertividad en la negociación Herramientas y material de apoyo en la Negociación.	Soportar la negociación de productos y servicios mediante la identificación de motivaciones, intereses y objetivos de las partes con el apoyo de las herramientas y manuales.	<i>Asertivo en la negociación. Recursivo y creativo al utilizar Herramientas y material de apoyo en la Negociación.</i>
20. Estilos en la negociación		
21-24-25-26. Navegadores de Internet	Soportar Las negociaciones por Internet con el sistema interno de correos que legaliza la compra y hace posible el desarrollo de compras por catalogo.	<i>Dedicado y responsable al utilizar los navegadores</i>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 22 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

27-28-29-30-31- Características y beneficios de los productos y servicios	Asesorar sobre las características y beneficios de los productos y servicios.	Persuasivo, positivo y dinámico para transmitir los beneficios de los productos y servicios		
-32-33. Ingles comercial				
34-35-36. Sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes y mixtas	Realizar negociaciones dos sentidos con los clientes y empresa para obtener la venta y adaptar el producto a las necesidades del cliente.	Interesado en cumplir las expectativas y las necesidades de sus posibles clientes		
37-38. Técnicas de prospección	Contacta personalmente y califica a cada una de las personas que poseen el perfil y condiciones para convertirlos en clientes a través de las acciones de prospecting	Comprometido para lograr al cliente a través de las acciones de prospecting		
39-40-41. Técnicas de acercamiento y cuestionamiento	Utilizar técnicas de acercamiento y cuestionamiento como estrategia de negociación utilizada para lograr despertar el interés en el producto o servicio.	Preciso y seguro al utilizar las técnicas de acercamiento y cuestionamiento		
42-43. Manejo de respuesta / Reacciones de los clientes	Escuchar las objeciones sin interrupción y convertirlas en adecuadas técnicas de preguntas y respuestas.	Respetuoso al escuchar las objeciones del cliente.		
-41-42-43..La post-visita		Organizado para planificar y desarrollar las pos visitas		
42-43-44.-Las técnicas de cierre de ventas: AIDA, SPIN	Cerrar la venta con la participación activa del cliente que verdaderamente desee comprar por convicción propia, luego del asesoramiento recibido en relación con el producto o servicio a través de la aplicación de las etapas y técnicas de venta.	Ético para plantear y garantizar las condiciones de cumplimiento en la negociación con los clientes.		
<b>VERIFICACION INTENSIDAD HORARIA UNIDAD2/3</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Horas</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 23 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

44	clases	X1. hora	44 Horas		
5	EPEP	X2. hora	10 Horas		
1	EPEP	X1. hora	1 Horas	55 HORAS	

<b>5.1..PLANEACION DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 2 DE 3. NEGOCIACION Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS</b>
<b>CRITERIO DE EVALUACION</b>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 24 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

.-Negocia los productos y servicios teniendo en cuenta la planificación, la entrega de productos por cualquier medio. -Cierra las negociaciones nacionales e internacionales aplicando las técnicas de ventas y negociación. -Entrega la información a clientes sobre existencias, fecha de entrega, calidades y cantidades disponibles a través del sistema de comunicación establecido. -Plantea la información sobre garantías y ayuda posventa para los productos y servicios adquiridos, en la negociación. -Tiene en cuenta el ancho de la banda y el tamaño de la ISP, para la presentación de negocios por la Web o negocios E-commerce. - Soporta las negociaciones por Internet con el sistema interno de correos que legaliza la compra y hace posible el desarrollo de compras por catalogo. -Negocia los productos y servicios de acuerdo con las estrategias de venta y distribución adecuada al producto o servicio específico. -Estructura la argumentación y las preguntas de acuerdo con la situación a manejar. -Realiza la negociación en dos sentidos con los clientes y empresa para obtener la venta y adaptar el producto a las necesidades del cliente. -Escucha las objeciones sin interrupción y las convierte en apropiadas técnicas de preguntas y respuestas. -Identifica los instrumentos de carácter legal o contractual internacional que proveen la solución a los diversos negocios internacionales. - Soporta la negociación de productos y servicios en la identificación de motivaciones, intereses y objetivos de las partes con el apoyo de las herramientas y manuales. -Maneja las situaciones embarazosas o de alto riesgo diferentes a las generadas por venta con alto nivel de profesionalismo y madurez. -Logra el cierre con la participación activa del cliente que verdaderamente desee comprar por convicción propia, luego del asesoramiento recibido en relación con el producto o servicio a través de la aplicación de las etapas y técnicas de venta. -Utiliza estrategias de negociación que logran despertar el interés en el producto o servicio, reconocer la existencia de necesidades o problemas, aceptar los beneficios argumentados y tomar y ejecutar la decisión de compra.

#### EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE.

**DESEMPEÑO.** - Evaluar los resultados frente a los indicadores establecidos para medir la gestión de ventas. - Evaluar la forma en que maneja un auditorio.

**PRODUCTO.** - Revisión de reportes de informes de ventas.

**CONOCIMIENTO.** Por escrito: Describir el

Procedimiento para negociar la oferta de un producto o servicio en un mercado específico.

- Mediante clínicas de ventas evaluar actitudes, aptitudes y técnicas de ventas.

#### TECNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION

TECNICAS		INSTRUMENTO	
Observacion directa		Lista de chequeo	
Formulación de preguntas		Cuestionarios	
Simulación de situaciones	X	Lista de chequeo	X
Entrevista		Cuestionario	

#### ESCENARIOS DE APRENDIZAJE

**Sala de formación – unidad de documentación-**

#### MEDIOS EDUCATIVOS

**Guías de enseñanza- aprendizaje. Computadores. Televisores. Video beam.**

#### ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

**Docente:** Explicación-demostración- formulación de preguntas- entrevistas-presentaciones-inducción a la aplicación de guías y EPEP-

**Estudiante:** estudio y resolución de problemas- elaboración de documentos-estructuración de proyectos- estudios de casos- practicas de talleres

### 6.1. DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION

#### PLAN DE CLASE

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 25 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	1 de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
1-Presentación de la unidad de aprendizaje 2. Diagnóstico de pre saberes.	Reconocer los contenidos de la unidad de aprendizaje y los planes de formación y desarrollo.  Reconocer los conocimientos previos	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5 minutos) -Presenta la unidad de aprendizaje ( 25. minutos) - Organiza el grupo en equipos para diagnóstico de pre saberes retroalimenta la información . ( 30 ) <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante : Atento y participativo en la presentación	<b>Salón de formación</b>	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

<b>6.1. DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>
<b>PLAN DE CLASE</b>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 26 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	2-3-4. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
2-4. La venta Factores que intervienen en la venta Técnicas de venta	Reconocer los contenidos de la unidad de aprendizaje y los planes de formación y desarrollo	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, la consigna la inasistencia. (5 minutos) -Presenta la unidad de aprendizaje (15 minutos) - Organiza el grupo en equipos para diagnóstico de pre saberes información (20 ) -Retroalimenta el trabajo en equipo mediante metodología libre (20 minutos) <b>APRENDIZAJE</b> . Estudiante : Atento y participativo en la presentación	<b>Salón de formación</b>	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

<b>EPEP 1 de 6</b>			
<b>Módulo de Formación</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y	290	horas

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 27 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

	<b>SERVICIOS FARMACEUTICOS</b>	teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje</b> 2 / 3	<b>VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.</b>	55. horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
Fases de la venta: aproximación, escucha activa, argumentación, objetivos, factores clave, objeciones, técnicas de resolución, técnicas de persuasión y el cierre	Identificar las fases de la venta-	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> -Realizar y presentar el EPEP de manera individual, en la clase 7 y 8.  -Presentación de Auto-cuestionario. Sustentado en mesa redonda	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 28 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	5- 6. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
5-6. Fases de la venta: aproximación, escucha activa, argumentación, objetivos, factores clave, objeciones, técnicas de resolución, técnicas de persuasión y el cierre	-Identificar estrategias de venta.  -Argumentar y estructurar las preguntas de acuerdo con la situación a manejar.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5minutos)  - Organiza el grupo en equipos para identificar en la guía S.F. NEGOCIAR 2 DE 3. El contenido de la clase. Orienta y realiza demostración sobre fases de la venta. ( 55 minutos )  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: participa, pregunta inquietudes, comprometido y atento.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 29 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	7-8-9. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
7-8-9. Fases de la venta: aproximación, escucha activa, argumentación, objetivos, factores clave, objeciones, técnicas de resolución, técnicas de persuasión y el cierre	Identificar las fases de la venta.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5 minutos).  - Organiza el grupo en mesa redonda para sustentar el auto-cuestionario. Modera la mesa redonda, propicia la participación, hace recomendaciones, concede plazos a quien aun no cumple el EPEP. ( 55 minutos ).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Trabaja en la sustentación del EPEP. En la mesa redonda, pregunta inquietudes acoge recomendaciones.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético ). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético ).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 30 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	10-11-12. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
10-15. Técnicas para presentaciones eficaces. Comunicación Confianza El proceso de la comunicación La conversación Calidad en las conversaciones	Reconocer la importancia de aplicar técnicas eficaces como estrategia global para alcanzar sus ventas	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5m) Presentación y participación de invitado especial. (55 minutos) ESTUDIANTE APRENDIZAJE. Atento a la presentación del invitado especial	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 31 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	13-14-15. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
13-14-15. <b>DESARROLLO DE HABILIDADES CON EL PNL.</b> Introducción. Saber lo que se quiere. Como usar tipos de pensamiento. Motivación. Negociación. Ventas.	Reconocer la programación neurolingüística como una de las herramientas mas poderosas puestas al alcance del mundo de los negocios	<b>ENSEÑANZA. Docente:</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5m) Presentación y participación de invitado especial. (55 minutos) <b>ESTUDIANTE APRENDIZAJE.</b> Atento a la presentación del invitado especial participa en la realización de los ejercicios	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. <b>NEGOCIAR 2/2</b>  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 32 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>EPEP 2 de 6</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2 / 3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
18-19. Asertividad en la negociación Herramientas y material de apoyo en la Negociación.	Identificar las fases de la venta-	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> -Realizar y presentar el EPEP en pareja mediante metodología libre. (Intervención 4 minutos por pareja) en la clase 18 y 19.	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 33 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	16-17. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DEL EPEP</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
16. 17. Proceso de negociación	Negociar la entrega de productos y formas de pago por cualquier medio.	APRENDIZAJE. ESTUDIANTE: Previa concertación con el docente, organiza su equipo de trabajo. Máximo 3 estudiantes por equipo para presentar su EPEP 1 DE 3 en la clase 4. (Metodología de libre elección)	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético) . Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético) .

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 34 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	18-19. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
18-19. Asertividad en la negociación Herramientas y material de apoyo en la Negociación.		<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Concerta la sustentación de EPEP.(10 minutos ) - Orienta la y monitorea la presentación del mismo hace las recomendaciones pertinentes, concede plazo a quien aun no cumple el EPEP. ( 40 minutos)  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Participa en la concertación, sustenta el EPEP, acoge las recomendaciones.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 35 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	20-21. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
20-21. Estilos en la negociación	Interpretar estilos de negociación de los productos y servicios de acuerdo con las estrategias de venta y distribución	<b>ENSEÑANZA. Docente:</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos ) -Organiza el grupo en parejas para la realización de las preguntas de reflexión y el ejercicio (25 minutos) -Revisa los ejercicios y los retroalimenta en grupo haciendo las recomendaciones pertinentes (25 minutos)  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante : Discierne la guía en equipo, realiza los ejercicios y los sustenta	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 36 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

--	--	--	--

<b>EPEP 3 de 6</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos.	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2 / 3</b>	Negociación y venta de productos y servicios.	55 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Desarrollar el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE APRENDIZAJE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
Presentaciones por la web	Realizar presentaciones de negocio por la web, teniendo en cuenta el ancho de la banda y el tamaño de la ISP.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> -Realizar y presentar el EPEP de manera individual. Presenta producto sobre como utilizo la web para realizar presentaciones de negocio. Sustentarlo en grupo en 4 minutos. .(En la clase 23 y 24).	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 37 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	22. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
22..Navegadores de Internet	Soportar negociaciones por Internet son soportadas con el sistema interno de correos que legaliza la compra y hace posible el desarrollo de compras por Catalogo.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5 minutos).  Realiza demostración mediante presentación por internet sobre como soportar negociaciones. Propicia la participación del estudiante, resuelve inquietudes. (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Atento, participativo	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 38 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

				la clave de oro
--	--	--	--	-----------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	23-24 de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
Negociaciones en la web.	Realizar presentaciones de negocios por la web, teniendo en cuenta el ancho de la banda y el tamaño de la ISP.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5 minutos).  Dirige la sustentación del EPEP de manera individual en el grupo (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: -Presenta el EPEP. Mediante metodología libre.  -Acoge recomendaciones del docente.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 39 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

				la clave de oro
--	--	--	--	-----------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	25-28. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
-25- 28- Características y beneficios de los productos y servicios	Expresar las características y beneficios de los productos y servicios.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (10 minutos ).  - Lectura dirigida en grupo. -Amplia información motiva la participación del estudiante aclara situaciones (50 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: participativo, comprometido, pregunta inquietudes.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético ). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 40 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

				)
--	--	--	--	---

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION			
PLAN DE CLASE			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	29-30. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
29-30. Ingles comercial	Considerar la importancia de la aplicación del inglés comercial en la venta.	<p><b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).</p> <p>- Presenta y acompaña al invitado especial para el desarrollo del contenido. (55 minutos).</p> <p><b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante atento participativo.</p>	Salón de formación.	<p><b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam</p> <p><b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2.</p> <p><b>BIBLIOGRAFÍA.</b> El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y</p>

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 41 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

				magnético).
--	--	--	--	-------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	30-31. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
30-31.Sistemas de ventas: por áreas geográficas, por productos, por clientes y mixtas	Identificar en Las negociaciones nacionales e internacionales la aplicación de técnicas de ventas.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Hace demostración al grupo sobre los sistemas de venta dependiendo del area, el producto y los clientes. Para el desarrollo del contenido motiva al estudiante propicia su participación. (55 minutos). <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante atento participativo.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético)



	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 43 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

				magnético).
--	--	--	--	-------------

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.		55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	34-35. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
34-35. Técnicas de acercamiento y cuestionamiento.	Interpretar y discernir las técnicas de acercamiento y cuestionamiento.	<b>ENSEÑANZA. DOCENTE:</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Organiza el grupo para trabajar con la guía el contenido técnicas de acercamiento y cuestionamiento. orienta, acompaña los equipos motiva al estudiante propicia su participación. (55 minutos). <b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE.</b> Atento participativo.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 44 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>EPEP 4 de 6</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje</b> 2 / 3	Venta de productos y servicios	55 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRESIONES ESENCIALES	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
36- 37. Manejo de respuesta / Reacciones de los clientes.	-Desarrollar habilidad para escuchar las objeciones de los clientes sin interrupción y convertidas en adecuadas técnicas de preguntas y respuestas.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en pareja para realizar y presentar el EPEP en la clase 36 y 37 equipos máximo 3 estudiantes, tiempo de intervención para la sustentación máximo 4 minutos	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 45 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	36-37. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
36- 37. Manejo de respuesta / Reacciones de los clientes	-Desarrollar habilidad para escuchar las objeciones de los clientes sin interrupción y convertidas en adecuadas técnicas de preguntas y respuestas		Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 46 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

--	--	--	--

<b>EPEP 5 de 6</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2 / 3</b>	Venta de productos y servicios	55 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 1 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
40. -La post-visita	.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en pareja para realizar y presentar el EPEP en la clase 40	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 47 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	38-39-40. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
38-39. 40-La post-visita	Discernir y reflexionar sobre la importancia de los aspectos de la post visita	<b>ENSEÑANZA.</b> <b>DOCENTE:</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos) - Organiza y orienta el el grupo en equipos de 4 estudiantes para desarrollar el contenido de La post-visita mediante la aplicación de la Guía S.F. Negociar 2 de 2 (40 minutos) - Aclara las inquietudes de los estudiantes y hace las recomendaciones pertinentes. (15 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> <b>ESTUDIANTE:</b> Trabaja	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS</b> : Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresari

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 48 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		en equipo la guía, realiza la exposición en pareja, acoge las recomendaciones.		o (en medio físico y magnético).
--	--	--------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------

<b>EPEP 6 de 6</b>		
<b>Modulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	266 horas teórico practico
<b>Unidad de Aprendizaje 2 / 3</b>	Venta de productos y servicios	55 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DEL EPEP.	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
43-44. Las técnicas de cierre de ventas: AIDA, SPIN.	Aplicar técnicas de cierre de la venta	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en equipo de 4 estudiantes simulación sobre cierre de la venta para sustentar en la clase 43 y 44 ( intervención máximo 4 minutos por equipo )	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 49 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	41-42. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
41-42-. Las técnicas de cierre de ventas: AIDA,SPIN	Interpretar los sentidos de la negociación con los clientes y empresa para obtener la venta y adaptar el producto a las necesidades del cliente.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos ) - Organiza y orienta el el grupo en equipos de 4 estudiantes para realizar talleres de ventas (40 minutos) - Aclara las inquietudes de los estudiantes y hace las recomendaciones pertinentes. (15 minutos) <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Trabaja en equipo la guía, realiza la exposición en pareja, acoge las recomendaciones.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2  Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 50 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

--	--	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACÉUTICOS.	55. horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	43-44. de 44	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
43-44. Las técnicas de cierre de ventas: AIDA, SPIN	<p>obtener la venta y adaptar el producto a las necesidades del cliente.</p> <p>Realizar la presentación con seguridad efectividad ser sincero, positivo y actuar con seguridad.</p>	<p><b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos ) - Organiza y orienta el el grupo en equipos de 4 estudiantes para sustentar las simulaciones de ventas EPEP. 6 de 6 (intervención 4 minutos por equipo) - Aclara las inquietudes de los estudiantes y hace las recomendaciones pertinentes. Concede plazo a quien aun no cumple el EPEP. (15 minutos)</p> <p><b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Trabaja</p>	Salón de formación.	<p><b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam</p> <p><b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 2/2</p> <p>Bibliografía El Vendedor Halcón (en medio físico y magnético). Enciclopedia del empresario (en medio físico y magnético).</p>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 51 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		en equipo la guía, realiza la exposición en pareja, acoge las recomendaciones.		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>PRESENTACION DE EVIDENCIAS</b>		
<b>Norma de competencia</b>	Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.	290 horas teórico práctico
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacológicos.	
<b>Elemento 2 de 3</b>	Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.	<b>11.horas teóricas</b>
<b>Unidad de Aprendizaje 2/3</b>	Negociación y venta de los productos y servicios	
<b>Evidencia</b>	<b>PRODUCTO- CONOCIMIENTO.</b>	

EVIDENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>CONOCIMIENTO.</b> Describir el procedimiento para negociar la oferta de un producto o servicio en un mercado específico.  - Mediante clínicas de ventas evaluar actitudes, aptitudes y técnicas de ventas.	Manejar con alto nivel profesional y madurez las situaciones embarazosas o de alto riesgo, mediante la concertación y el dialogo.  Realizar las negociaciones nacionales e internacionales aplicando las técnicas de ventas y diferentes medios y oportunidades de negocios.	<b>DOCENTE- ENSEÑANZA:</b> -Llama a lista y registra las inasistencias (5 minutos) -Organiza el grupo para la presentación de las evidencias de conocimiento y producto. -Realiza la valoración de la evidencia de conocimiento y recibe la evidencia de producto. ( 55 minutos)	Salón de formación	<b>MATERIALES:</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet  GUIA S.F. NEGOCIAR 1/3
<b>PRODUCTO</b> - Revisión de reportes de informes	Vender	<b>ESTUDIANTE- APRENDIZAJE:</b>		

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 52 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

de ventas.	productos y servicios farmacéuticos conforme a las políticas de ventas y términos de negociación.	Presenta evidencia de conocimiento, entrega evidencia de producto.		
------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	--	--

<b>LISTA DE CHEQUEO DE DESEMPEÑO</b>						
<b>PARA VALORACIÓN DE LA NORMA: NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA CÓDIGO: 20662810250304</b>						
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 2 DE 3. NEGOCIACION Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS. 83.5 Horas practicas</b>						
<b>Actividades</b>	<b>M.O.</b>				<b>Valoración</b>	
<b>ELEMENTO 2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>C</b>	<b>A.N.C.</b>
-Hace las negociaciones de productos y servicios teniendo en cuenta la planificación, la entrega de productos por cualquier medio y las formas de pago.						
-Cierra las negociaciones nacionales e internacionales aplicando las técnicas de ventas y negociación.						
-Entrega la información a clientes sobre existencias, fecha de entrega, calidades y cantidades disponibles a través del sistema de comunicación establecido.						
5-Plantea en la negociación la información sobre garantías y ayuda posventa para los productos y servicios adquiridos. Soporta las negociaciones por internet con el sistema interno de correos que legaliza la compra y hace posible el desarrollo de compras por catalogo.						
Negocia los productos y servicios de acuerdo con las estrategias de venta y distribución adecuada al producto o servicio específico.						
Soporta las negociaciones de productos y servicios identificando los intereses y objetivos de las partes						
Cierra la venta con la participación activa del cliente luego del asesoramiento recibido en relación con el producto o servicio.						
Contacta y califica a cada una de las personas que poseen el perfil y condiciones para convertirlos en clientes.						
Es sincero positivo y actúa con seguridad en la venta						
<b>ACTITUDES PERSONALES</b>						
<b>2. Interactúa con el cliente interno y externo según criterios</b>						

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 53 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

<i>institucionales de servicio.</i>									
<i>2.1. Desarrolla relaciones interpersonales con el equipo de trabajo con respeto y cortesía de acuerdo con el protocolo de servicio institucional.</i>									
<i>2.2. Se comunica con el cliente interno y externo con calidez, precisión y oportunamente según los protocolos de servicio.</i>									
<i>2.3. Utiliza Los equipos y elementos de trabajo de acuerdo con la capacidad tecnológica de la institución.</i>									
<i>2.4. Organiza el área de trabajo se de acuerdo con parámetros institucionales por cada turno.</i>									
<i>2.5. Desarrolla contacto con el cliente o usuario en un clima de cordialidad y respeto de acuerdo con protocolo institucional.</i>									
<i>2.6. Acoge las sugerencias del docente con actitud positiva</i>									
<i>2.7. Asume actitudes basadas en principios y valores éticos</i>									
<i>2.8. Demuestra interés en su aprendizaje</i>									
<i>2.9. Desarrolla comunicaciones eficaces y asertivas</i>									
<b>PRESENTACION PERSONAL</b>									
<i>3. Porta el uniforme completo</i>									
<i>3.1. Su presentación personal y apariencia es ordenada y pulcra</i>									
<i>3.2. Cumple el horario establecido en la formación practica</i>									
<i>3.3. Porta los elementos de bioseguridad requeridos institucionalmente. (Si lo requiere el servicio).</i>									
<b>CIUDAD</b>	<b>FECHA DEL MOMENTO DE OBSERVACION</b>								
	Día								
	Mes								
<i>Fecha de iniciación formación práctica</i>		Mes _____	Día _____	Año 201					
<i>Fecha finalización formación práctica</i>		Mes _____	Día _____	Año 201					
<i>82.5 horas de formación práctica</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<b>NOMBRE DEL DOCENTE</b>					<b>FIRMA DEL DOCENTE</b>				

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 54 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

_____	_____
<i>FIRMA DEL ESTUDIANTE</i>	

<b>6. PLANEACION DE LOS SABERES</b>		
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 3 DE 3.</b>		
Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios		
<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>HACER</b>	<b>SER ACTITUDES Y VALORES</b>
1-2-3-4. Aspectos legales de la negociación: Nacionales, internacionales. Relaciones entre fabricantes y distribuidores: Trade Marketing Elementos de un contrato comercial Tipos de contratos	-Señalar las políticas de legislación necesarias para llevar a cabo la negociación. -Determinar las garantías necesarias en la venta de los productos teniendo en cuenta parámetros de la organización.	<i>Responsable para</i> especificar los derechos y las obligaciones tanto de la empresa como las de los clientes.
5-6-7-8. Acuerdos comerciales: Concesión, franquicia en depósito, a término fijo, comisión. Sociedades de intermediaciones.	-Crear las tasas de descuentos dependiendo del tipo de negociación con los clientes.	Organizado y preciso en la exposición de los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes
9-10-11. Aspectos éticos de negociación.	-Establecer los términos de negociación considerando condiciones de pago. -Exponer los riesgos de compra y venta de productos.	Ético para garantizar las condiciones de cumplimiento en la negociación con los clientes. Ético al plantear las condiciones de negociación a partir de la política de cancelación de órdenes por parte de los clientes. Preciso para dar a conocer las restricciones que se pueden

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 55 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		presentar en la negociación de los productos con los clientes.
12-13. Idiomas: Inglés técnico		
14-15-16-17. Formas de pago y plazos. Pólizas de cumplimiento. Seguridad industrial. Seguros contra robos de los productos.	<p>-Fijar límites de tiempo para los pagos de los productos por parte del cliente.</p> <p>-Señalar las condiciones comerciales de validez de la oferta, tiempo de entrega, forma de pago, fletes, seguros, impuestos y garantías.</p>	
18-19-20. Relaciones Humanas.	Manejar buenas relaciones humanas en su cotidianidad laboral	Asertivo y comunicador en sus relaciones interpersonales
21-22- 23-Clases de negociación		
24-25. Ley de comercio electrónico. Canales y estrategias de ventas y distribución: Venta personal, venta directa, Tele venta, Venta por catálogo. -Relación de los clientes a través de la red. Tipos de preguntas: Problema, implicación, ganancia.	Utilizar las técnicas de información y de la comunicación para fortalecer la comunicación con los clientes	Comprometido y responsable en la utilización de los medios T.I.C.
-26-27. Tipos de decisiones de compra: Limitada, Extensiva, Rutinaria, Proceso de exportación,	-Definir los contratos de coordinación y cooperación entre los diversos actores de acuerdo con las	

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 56 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

-28-29.- Carta de crédito. Mercado cambiario y de divisas. Tasas internacionales Normas cambiarias y de comercio internacional.	estrategias para cobertura del mercado. -Manejar las situaciones de alto riesgo diferentes a las generadas por venta con profesionalismo y madurez.	-Presto para solucionar las situaciones de alto riesgo que se presenten en la negociación.		
30-31-32.- Gastos de envío: Normas, reglamentación, derechos arancelarios, impuestos y seguro. Manual de envíos internacionales. Costos financieros: Tasas de interés, depreciación monetaria, inflación, revaluación, tasas de cambio.	-Plantear los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes con base en las responsabilidades en ventas, clientes, territorios, entrega, traslados, costos y precios. Considerar las estrategias de comunicación visual con los visitantes.	Comprometido en la identificación de motivaciones, intereses, y objetivos de las partes.		
<b>VERIFICACION INTENSIDAD HORARIA UNIDAD2/3</b>				
	<b>Descripción</b>	<b>Horas</b>	<b>Subtotal</b>	<b>Total</b>
<b>32</b>	clases	X1. hora	32 Horas	
<b>4</b>	EPEP	X2. hora	8 Horas	<b>40 HORAS</b>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 57 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>PLANEACION DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 3 DE 3.</b>			
<b>CRITERIO DE EVALUACION</b>			
<p>-Fija los términos de negociación de acuerdo con las políticas y parámetros establecidos por la organización, la legislación general, el marco legal de derechos y obligaciones mínimas de cada parte.</p> <p>-Define los contratos de coordinación y cooperación entre los diversos actores de acuerdo con las estrategias para cobertura del mercado. -Plantea los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes con base en los niveles de responsabilidad en cuanto a volumen de ventas, clientes, territorios, formas de entrega, traslados, costos y precios de los productos y servicios.</p> <p>-Establece los términos de negociación considerando las condiciones de pago, los descuentos, las garantías, las restricciones de ventas y los niveles de riesgo en cuanto a donde y como se comprarán y venderán los productos o servicios. -Fija los términos de negociación en contratos de intermediación considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista/ minorista y remuneración de los intermediarios.</p> <p>-Establece los términos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales. -Fija las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago, los fletes, seguros, impuestos y garantías, dependiendo del tipo de negociación -Acuerda los gastos de envío con base en los datos de peso y dimensiones, modo de envío, lugar de origen y lugar de destino, derechos arancelarios, impuestos y costes adicionales contenidos en el manual de envíos internacionales.</p>			
<b>EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE.</b>			
<b>DESEMPEÑO-</b> Seguimiento en el puesto de trabajo sobre los procedimientos que sigue para fijar los parámetros de negociación.			
<b>PRODUCTO-</b> Revisión del contrato de negociación de acuerdo con los parámetros legales de negociación.			
<b>CONOCIMIENTO.</b> - Prueba escrita donde enuncie las partes de un contrato.			
<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION</b>			
<b>TECNICAS</b>		<b>INSTRUMENTO</b>	
Observacion directa	X	Lista de chequeo	X
Formulación de preguntas	X	Cuestionarios	X
Simulación de situaciones	X	Lista de chequeo	X
Entrevista		Cuestionario	
<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>			
<b>Sala de formación – unidad de documentación (Biblioteca)- Unidad de farmacia</b>			
<b>MEDIOS EDUCATIVOS</b>			

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 58 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

**Guías de enseñanza- aprendizaje. Computadores. Televisores. Video beam.**

**ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.**

**Docente:** Explicación-demostración- formulación de preguntas- entrevistas-presentaciones-inducción a la aplicación de guías y EPEP-

**Estudiante:** estudio y resolución de problemas- elaboración de documentos-estructuración de proyectos- estudios de casos- practicas de talleres

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	1. de 39	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
1. Aspectos legales de la negociación: Nacionales, internacionales. Relaciones entre fabricantes y distribuidores: Trade Marketing Elementos de un contrato comercial Tipos de contratos	Reconocer los contenidos de la unidad, los planes de clase, el desarrollo de los EPEP.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Presenta la unidad de aprendizaje, socializa los resultados de aprendizaje y la <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u>  Orienta la realización del EPEP. 1 de 4. (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b>	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 59 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		Estudiante: comprometido participativo atento		
--	--	-----------------------------------------------------	--	--

<b>EPEP 6 de 6</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico practico
<b>Unidad de Aprendizaje 3 / 3</b>	Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	49.5 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DEL EPEP.	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
7-8. Acuerdos comerciales: Concesión, franquicia en depósito, a término fijo, comisión. Sociedades de intermediaciones.	Reflexionar sobre los niveles de responsabilidad en cuanto a volumen de ventas, clientes, territorios, formas de entrega, traslados, costos y precios de los productos y servicios.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en equipo de 4 estudiantes simulación sobre cierre de la venta para sustentar en la clase 43 y 44 ( intervención máximo 4 minutos por equipo )	Salón de formación	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. <b>NEGOCIAR</b> 2/2

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 60 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	2-3-4 de 39	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
2-3-4. Aspectos legales de la negociación: Nacionales, internacionales. Relaciones entre fabricantes y distribuidores: Trade Marketing Elementos de un contrato comercial Tipos de contratos	Reconocer los términos de la negociación de acuerdo con las políticas, el marco legal y los parámetros establecidos por la organización.  Identificar los derechos y obligaciones mínimas de cada parte.	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Organiza y orienta el grupo para realización de conversatorio a partir del contenido de la clase 2-3-4. <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u>  (55 minutos).  APRENDIZAJE. Estudiante: comprometido	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 61 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

	Interpretar los elementos de un contrato comercial.  Reconocer los tipos de contratos.	participativo en la mesa redonda.		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	5-6- de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
5-6. Acuerdos comerciales: Concesión, franquicia en depósito, a término fijo, comisión. Sociedades de intermediaciones.	<p>Reconocer los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales.</p> <p>Reconocer aspectos de los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes.</p>	<p>ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).</p> <p>- Organiza y orienta el grupo para realización de conversatorio a partir del contenido de la clase 2-3-4. <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u></p> <p>(55 minutos).</p> <p>APRENDIZAJE. Estudiante: comprometido participativo en la</p>	Salón de formación.	<p><b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam</p> <p><b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.</p>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 62 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		mesa redonda.		
--	--	---------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49-5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	7.8 de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
7- 8. Acuerdos comerciales: Concesión, franquicia en depósito, a término fijo, comisión. Sociedades de intermediaciones.	Reflexionar sobre los niveles de responsabilidad en cuanto a volumen de ventas, clientes, territorios, formas de entrega, traslados, costos y precios de los productos y servicios.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Organiza y orienta el grupo para realización de conversatorio a partir del contenido de la clase 2-3-4. <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u>  (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: comprometido	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 63 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

		participativo en la mesa redonda.		
--	--	-----------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	9. de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
9. Aspectos éticos de negociación.	<p>Identificar los acuerdos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos</p> <p>Conoce e interpreta el sentido ético de los acuerdos de la negociación.</p>	<p><b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).</p> <p>- Presenta invitado especial. (Conferencia sobre aspectos éticos de la negociación) <u>GUÍA S.F. Negociar 3 de 3.</u></p> <p>(55 minutos).</p> <p><b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: Atento</p>	Salón de formación.	<p><b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam</p> <p><b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.</p>

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 64 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		dispuesto.		
--	--	------------	--	--

<b>EPEP 2 de 4</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico practico
<b>Unidad de Aprendizaje 3 / 3</b>	Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	49.5 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DEL EPEP.	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
10-11. Aspectos éticos de negociación.	Identificar los acuerdos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos.  Conoce e interpreta el sentido ético de los acuerdos de la negociación.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en equipo de 3 estudiantes realiza simulación de negociación de acuerdos teniendo en cuenta aspectos éticos y legales. para sustentar en la clase 10-11. ( intervención máximo 4 minutos por equipo ).	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3 de 3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 65 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

--	--	--	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	10-11. de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
10-11. Aspectos éticos de negociación.	Identificar los acuerdos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos.  Conoce e interpreta el sentido ético de los acuerdos de la negociación.	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Organiza y orienta el grupo para realización de conversatorio a partir del contenido de la clase 2-3-4. <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u>  (55 minutos).  APRENDIZAJE. Estudiante:	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b>	<b>Página</b>
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)	01	66 de 95	

		comprometido participativo en la mesa redonda.		
--	--	------------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>			
<b>PLAN DE CLASE</b>			
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS		290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.		49-5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	12-13. de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
12-13. Idiomas: Inglés técnico	Reconoce los términos técnicos del inglés	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Presenta invitado especial para desarrollo del contenido inglés técnico, mediante conversatorio amplia información y la importancia del mismo y su aplicación en la negociación del servicios y productos.  (55 minutos).	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 67 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		APRENDIZAJE. Estudiante: comprometido, pregunta inquietudes en el conversatorio		
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION		
PLAN DE CLASE		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	14-15-16.17. de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

CONOCIMIENTO Y COMPRESIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
14-15-16-17. Formas de pago y plazos. Pólizas de cumplimiento. Seguridad industrial. Seguros contra robos de los productos.	Manejar las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago, los fletes, seguros, impuestos y garantías.	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  - Organiza y orienta el grupo para la realización de mesa redonda partir del contenido de la clase 14-15-16-17. Expuestos en la <u>GUIA S.F. Negociar 3            de 3. (55 minutos).</u>	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 68 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		<b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: comprometido participativo en la mesa redonda.		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>EPEP 3 de 4</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico practico
<b>Unidad de Aprendizaje</b> 3 / 3	Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	49.5 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DEL EPEP.	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
18-19-20. Relaciones Humanas. Tratar con gente difícil Establecer relaciones provechosas. Manejar la crítica. Los abusones. Representar confianza.	Manejar buenas relaciones humanas en su cotidianidad personal y laboral..	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en equipo de 4 estudiantes, mediante metodología de libre elección trabaja los contenidos de las clases 18-19-20. Para sustentar en el grupo	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F.

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 69 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		(intervención máximo 4 minutos por equipo).		NEGOCIAR 3 de 3.
--	--	---------------------------------------------------	--	---------------------

DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION		
PLAN DE CLASE		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	18-19-20.21 de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DE LA CLASE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
18-19-20. Relaciones Humanas. Tratar con gente difícil. Establecer relaciones provechosas. Manejar la crítica. Los abusos. Representar confianza.	Manejar buenas relaciones humanas en su cotidianidad personal y laboral.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  Modera la sustentación de EPEP. Clases 18-19-20. <u>GUÍA S.F. Negociar 3 de 3.</u> Hace	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 70 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		recomendaciones, acompaña, amplia información concede plazo a quien aun no cumple el EPEP. (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: comprometido participativo , acoge recomendaciones.		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	21-22-23.24 de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
21-22- 23-24 Clases de negociación.	Determinar a partir de la clase de negociación las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago,	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia.  Explica el plan de clase. (5 minutos). Discierne el contenido clases de negociación. <u>GUÍA S.F. Negociar 3 de 3.</u> Mediante conversatorio, propicia participación del	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 71 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

	los fletes, seguros, impuestos y garantías.	estudiante, aplica coevaluación., autoevaluación.  (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: comprometido, participa en el conversatorio, realiza los cuestionarios.		
--	---------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	24-25,26,27de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
Ley de comercio electrónico. Canales y estrategias de ventas y distribución: Venta personal, venta directa, Tele venta, Venta por catálogo. -Relación de los clientes a través de la red. Tipos de	Reflexionar con responsabilidad sobre los aspectos de la ley de comercio electrónico.  Aplicar los canales y estrategias de ventas.	<b>ENSEÑANZA.</b> Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  Presenta ley de comercio y aplica cuestionario para realización en	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 72 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

preguntas: Problema, implicación, ganancia.		equipo. Propicia discusión del mismo. <u>GUIA S.F.</u> <u>Negociar 3 de 3.</u> (55 minutos).  APRENDIZAJE. Estudiante: comprometido responde el cuestionario		
------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60')</b>	28-29-30,31de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
26-27. - Tipos de decisiones de compra: Limitada, Extensiva, Rutinaria, Proceso de exportación,	Determina los gastos de envío acordados con base a las características del producto-servicio establecidos en el manual de envíos internacionales	<b>ENSEÑANZA.</b> <b>DOCENTE:</b> Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  Realiza demostración sobre tipo de decisiones <u>GUIA S.F. Negociar 3 de 3.</u> Motiva al estudiante a	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 73 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

	Reconoce e interpreta el manual de envíos internacionales.	participar, amplia información, retroalimenta mediante cuestionamiento. (55 minutos).  APRENDIZAJE. ESTUDIANTE: atento, comprometido pregunta inquietudes.		
--	------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>EPEP 4 de 4</b>		
<b>Módulo de Formación</b>	Negociación de productos y servicios farmacéuticos	290 horas teórico practico
<b>Unidad de Aprendizaje 3 / 3</b>	Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios.	49.5 horas teóricas
<b>Objetivo del EPEP</b>	Promover el aprendizaje autónomo	
<b>Nº de EPEP ( 2 horas )</b>	Aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.	

CONTENIDO Y COMPRENSIONES ESENCIALES	RESULTADO DEL EPEP.	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
28-29. - Carta de crédito. Mercado cambiario y de divisas. Tasas internacionales Normas cambiarias y de comercio internacional.	Los términos de negociación en los mercados internacionales están regidos por las normas de comercio exterior según políticas gubernamentales y de las Cámaras de comercio.	<b>APRENDIZAJE. ESTUDIANTE:</b> Trabaja en equipo de 3 estudiantes realiza simulación de negociación términos aplicando - Carta de crédito. Mercado cambiario y de divisas. Tasas internacionales Normas cambiarias y de comercio internacional. Sustentacion en la clase 28-29.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3 de 3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 74 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

		(intervención máximo 4 minutos por equipo).		
--	--	---------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo:</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS.	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	32,33,34,35 de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
28-29. Carta de crédito. Mercado cambiario y de divisas. Tasas internacionales Normas cambiarias y de comercio internacional.	Los términos de negociación en los mercados internacionales están regidos por las normas de comercio exterior según políticas gubernamentales y de las Cámaras de comercio.	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. (5 minutos).  Organiza la sustentación del EPEP. Amplia información, hace recomendaciones, concede plazo a quien aun no cumple el EPEP. (55 minutos).  APRENDIZAJE.	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 75 de 95
(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

		Realiza simulación de negociación en equipos de 3 estudiantes, acoge recomendaciones.		
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE EVALUACION</b>		
<b>PLAN DE CLASE</b>		
<b>Modulo</b>	NEGOCIACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS.	290 horas teórico práctico
<b>Unidad de Aprendizaje 3/3</b>	NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS Y TÉRMINOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.	49.5 horas teóricas
<b>Nº de clase (60´)</b>	.36,37,38 de 39.5	Modulo Especifico aplica para el programa auxiliar en servicios farmacéuticos.

<b>CONOCIMIENTO Y COMPRENSIONES ESENCIALES</b>	<b>RESULTADO DE LA CLASE</b>	<b>ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>ESCENARIOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS</b>
Gastos de envío: Normas, reglamentación, derechos arancelarios, impuestos y seguro. Manual de envíos internacionales. Costos financieros: Tasas de interés, depreciación monetaria, inflación, revaluación, tasas de cambio.	Plantear los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes con base en las responsabilidades en ventas, clientes, territorios, entrega, traslados, costos y precios. Considerar las	ENSEÑANZA. Docente: Verifica la asistencia, consigna la inasistencia. Explica el plan de clase. (5 minutos).  Orienta el desarrollo del contenido en la <u>GUÍA S.F. Negociar 3 de 3</u> . Propicia la participación del estudiante, hace demostraciones, da ejemplos, realiza	Salón de formación.	<b>MATERIALES</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet Guía S.F. NEGOCIAR 3/3.

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 76 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

	estrategias de comunicación visual con los visitantes.	ejercicios. (55 minutos).  <b>APRENDIZAJE.</b> Estudiante: comprometido participativo		
--	--------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<b>PRESENTACION DE EVIDENCIAS</b>			
<b>Norma competencia</b>	<b>de</b>	Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.	<b>266 horas Teórico-practico</b>
<b>Modulo Formación</b>	<b>de</b>	Negociación de productos y servicios farmacológicos.	166 horas teóricas
<b>Elemento 3 de 3</b>		Presentar a los clientes las características, beneficios y usos de los productos o servicios según el manual del fabricante.	<b>40 horas teóricas</b>
<b>Unidad Aprendizaje 3/3</b>	<b>de</b>	Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios	
<b>Evidencia</b>		<b>PRODUCTO- CONOCIMIENTO.</b>	

EVIDENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	ESCENARIOS DE APRENDIZAJE	RECURSOS Y MEDIOS DIDÁCTICOS
<b>CONOCIMIENTO.</b> - Prueba escrita donde enuncie las partes de un contrato.  <b>PRODUCTO</b> - Revisión del contrato de negociación de acuerdo con los parámetros legales de	Fijar los términos de negociación de acuerdo con las políticas y parámetros establecidos por la organización, la legislación general, el marco legal de derechos y obligaciones mínimas de	<b>DOCENTE-ENSEÑANZA:</b> -Llama a lista y registra las inasistencias (5 minutos) -Organiza el grupo para la presentación de las evidencias de conocimiento y producto. <b>-Realiza</b> la	Salón de formación	<b>MATERIALES:</b> Tablero Marcadores Computador Televisor Video beam  <b>RECURSOS:</b> Correo electrónico Internet

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 77 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

negociación.	<p>cada parte.</p> <p>Establecer los términos de la negociación considerando las condiciones de pago, los descuentos, las garantías, las restricciones de ventas y los niveles de riesgo en cuanto a donde y como se comprarán y venderán los productos o servicios.</p> <p>Fijar los términos de negociación en contratos de intermediación considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista / minorista y remuneración de los intermediarios.</p> <p>Establecer los acuerdos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales.</p>	<p>valoración de la evidencia de conocimiento y recibe la evidencia de producto. ( 55 minutos)</p> <p><b>ESTUDIANTE- APRENDIZAJE:</b> Presenta evidencia de conocimiento, entrega evidencia de producto.</p>	<p>GUIA S.F. NEGOCIAR 3/3.</p>
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 78 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

<b>LISTA DE CHEQUEO DE DESEMPEÑO</b>							
<b>PARA VALORACIÓN DE LA NORMA:</b> <i>Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa CÓDIGO: 20662810250304</i>							
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE 3 DE 3.</b> <i>Negociación de acuerdos y términos de productos y servicios. 60 Horas practicas.</i>							
<b>Actividades</b>		<b>M.O.</b>				<b>Valoración</b>	
<b>ELEMENTO 3</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>C</b> .	<b>A.N.C.</b>
-Fija los términos de negociación de acuerdo con las políticas y parámetros establecidos por la organización, la legislación general, el marco legal de derechos y obligaciones mínimas de cada parte.							
-Define los contratos de coordinación y cooperación entre los diversos actores de acuerdo con las estrategias para cobertura del mercado.							
-Plantea los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes con base en los niveles de responsabilidad en cuanto a volumen de ventas, clientes, territorios, formas de entrega, traslados, costos y precios de los productos y servicios.							
-Establece los términos de negociación considerando las condiciones de pago, los descuentos, las garantías, las restricciones de ventas.							
-Establece los términos de negociación considerando los niveles de riesgo en cuanto a donde y como se comprarán y venderán los productos o servicios.							
-Fija los términos de negociación en contratos de intermediación considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista/ minorista y remuneración de los intermediarios.							

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>	
			DD-PD-017	
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 79 de 95
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)		

-Fija los términos de negociación en contratos de intermediación considerando sistemas de distribución, pedidos mínimos, precios del productor y distribuidor, formas de pago y márgenes mayorista/minorista y remuneración de los intermediarios.									
-Establece los términos de la negociación con base en los aspectos legales y éticos que rigen los contratos nacionales e internacionales.									
-Fija las condiciones comerciales de negociación como la validez de la oferta, el tiempo de entrega, la forma de pago, los fletes, seguros, impuestos y garantías, dependiendo del tipo de negociación									
Acuerda los gastos de envío con base en los datos de peso y dimensiones, modo de envío, lugar de origen y lugar de destino, derechos arancelarios, impuestos y costes adicionales contenidos en el manual de envíos internacionales.									
<b>ACTITUDES PERSONALES</b>									
<b>2. Interactúa con el cliente interno y externo según criterios institucionales de servicio.</b>									
<b>2.1. Desarrolla relaciones interpersonales con el equipo de trabajo con respeto y cortesía de acuerdo con el protocolo de servicio institucional.</b>									
<b>2.2. Se comunica con el cliente interno y externo con calidez, precisión y oportunamente según los protocolos de servicio.</b>									
<b>2.3. Utiliza Los equipos y elementos de trabajo de acuerdo con la capacidad tecnológica de la institución.</b>									
<b>2.4. Organiza el área de trabajo de acuerdo con parámetros institucionales por cada turno.</b>									
<b>2.5. Desarrolla contacto con el cliente o usuario en un clima de cordialidad y respeto de acuerdo con protocolo institucional.</b>									
<b>2.6. Acoge las sugerencias del docente con actitud positiva</b>									
<b>2.7. Asume actitudes basadas en principios y valores éticos</b>									
<b>2.8. Demuestra interés en su aprendizaje</b>									
<b>2.9. Desarrolla comunicaciones eficaces y asertivas</b>									
<b>2.10. Participa en una sociedad de manera democrática, relacionándose de manera pacífica, valorando la diversidad y las identidades de los grupos.</b>									
<b>2.11. Reconoce y respeta los derechos fundamentales propios y de los demás como ciudadano y miembro de una comunidad.</b>									
<b>2.12. Mantiene relaciones asertivas y eficaces que posibiliten resolver conjuntamente problemas de carácter laboral y social</b>									
<b>2.13. Demuestra responsabilidad con el cuidado del medio ambiente</b>									
<b>PRESENTACION PERSONAL</b>									

	<b>NEGOCIAR PRODUCTOS Y SERVICIOS SEGÚN CONDICIONES DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.</b>		<b>Código</b>		
			DD-PD-017		
	<b>Fecha de emisión</b>	<b>Fecha de actualización</b>	<b>Versión</b> 01	<b>Página</b> 80 de 95	
	(15-02-2013)	(DD-MM-AAAA)			

<i>3. Porta el uniforme completo</i>									
<i>3.1. Su presentación personal y apariencia es ordenada y pulcra</i>									
<i>3.2. Cumple el horario establecido en la formación práctica</i>									
<i>3.3. Porta los elementos de bioseguridad requeridos institucionalmente. (Si lo requiere el servicio).</i>									
<i>CIUDAD</i>	<i>FECHA DEL MOMENTO DE OBSERVACION</i>								
	<i>Día</i>								
	<i>Mes</i>								
<i>Fecha de iniciación formación práctica</i>		<i>Mes _____ Día _____ Año 201</i>							
<i>Fecha finalización formación práctica</i>		<i>Mes _____ Día _____ Año 201</i>							
<i>74.4 horas de formación práctica</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<i>ESPACIO RESERVADO PARA OBSERVACIONES Y/O APORTES</i>									
<i>NOMBRE DEL DOCENTE</i>					<i>FIRMA DEL DOCENTE</i>				
_____					_____				
<i>FIRMA DEL ESTUDIANTE</i>									
_____									