

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA BENEDIKTA ZUR NIEDEN <i>“Formamos seres integrales que perseveran en la búsqueda de sus sueños”</i>	GPA-DF-FO-05
	GESTION PEDAGOGICA Y ACADEMICA	Versión: 01
	PLAN DE ÁREA Y ESTRUCTURA CURRICULAR	Página 1 de 1

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA - ÁREA

ÁREA	MEDIA TÉCNICA EN ASESORÍA COMERCIAL
ASIGNATURAS	Ciencias Sociales, Economía y Política
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL	4 hora semanales
NIVELES Y GRADOS	De 10° a 11°
JEFE DE ÁREA	Carlos Alberto Cardona Zapata
DOCENTE DEL ÁREA	Carlos Alberto Cardona Zapata
VIGENCIA	2022 – 2026

ÁREA DE IDONEIDAD: TÉCNICA EN ASESORÍA COMERCIAL.

OBJETIVOS GENERALES: según la Ley 115 de 1994

Artículo 33. Objetivos específicos de la educación media técnica. Son objetivos específicos de la educación media técnica:

- a. La capacitación básica inicial para el trabajo;
- b. La preparación para vincularse al sector productivo y a las posibilidades de formación que éste ofrece, y
- c. La formación adecuada a los objetivos de educación media académica, que permita al educando el ingreso a la educación superior.

FINES DEL SISTEMA EDUCATIVO COLOMBIANO:

Los fines de la educación en Colombia que se relacionan con el área de media técnica son:

2. La formación para facilitar la participación de todos en las decisiones que les afecten en la vida económica, política, administrativa y cultural de nación.
5. La adquisición y generación de los conocimientos científicos y técnicos más avanzados, humanísticos, históricos, sociales, geográficos y estéticos, mediante la apropiación de hábitos intelectuales adecuados para el desarrollo del saber.
7. El acceso al conocimiento, la ciencia, la técnica y demás bienes y valores de la cultura, el fomento de la investigación y el estímulo a la creación artística en sus diferentes manifestaciones.

9. El desarrollo de la capacidad crítica, reflexiva y analítica que fortalezca el avance científico y tecnológico nacional, orientado con prioridad al mejoramiento cultural y de la calidad de la vida, del uso racional de los recursos naturales, de la prevención de desastres, dentro de una cultura ecológica y del riesgo y la defensa del patrimonio cultural de la Nación.

11. La formación en la práctica del trabajo, mediante los conocimientos técnicos y habilidades, así como en la valoración del mismo como fundamento del desarrollo individual y social.

13. La promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo.

MARCO LEGAL.

El programa de Doble Titulación cierra la brecha de acceso a la formación técnica, promueve la continuidad educativa y facilita la inserción laboral pertinente. Los jóvenes bachilleres que obtengan la certificación de un programa técnico del SENA, cuentan con mayores oportunidades de emprendimiento y empleo, lo que favorece el proceso formativo y aporta al crecimiento económico del país. Permite, además, que los aprendices sean profesionales en menor tiempo, convirtiéndose en tecnólogos en programas con registro calificado y, posteriormente, continuar con sus estudios en universidades que tienen convenio con el SENA. La Entidad cuenta con 61 programas del nivel tecnológico, de los cuales 54 son presenciales y 7 virtuales, con el fin de seguir con la cadena de formación. La oferta se amplía cada año con la articulación entre instituciones y el fortalecimiento de los diseños curriculares.

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje

IES: Institución de Educación Superior

Competencias: Según diferentes autores, las competencias son procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto y con responsabilidad.

En esta definición expuesta, se encuentran seis (6) aspectos básicos:

Procesos: son acciones dinámicas y contextualizadas que se llevan a cabo con un determinado fin, articulando diferentes elementos y recursos, presentando un inicio y un fin identificables.

Complejos: hace referencia a lo multidimensional y a la evolución misma, donde están presentes el orden – desorden – reorganización, parámetros básicos para afrontar la incertidumbre.

Desempeño: es el actuar en la realidad que implica la articulación de la dimensión cognoscitiva, actitudinal y la del hacer para analizar y/o resolver problemas.

Idoneidad: se refiere a realizar las actividades o resolver los problemas cumpliendo con criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, pertinencia y apropiación.

Contextos: constituyen los campos sociales, culturales, ambientales, educativos, laborales y científicos que significan e influyen en el ser humano.

Responsabilidad: hace referencia al pensar antes del actuar, revisar como se ha actuado y corregir los errores lo más pronto posible, para proceder de manera ética. No puede haber idoneidad sin responsabilidad personal y social. Una competencia es más que conocimientos y destrezas. Involucra la habilidad de enfrentar demandas complejas, apoyándose en y movilizando recursos psicosociales (incluyendo destrezas y actitudes) en un contexto en particular.

Por ejemplo, la habilidad de comunicarse efectivamente es una competencia que se puede apoyar en el conocimiento de un individuo del lenguaje, destrezas prácticas en tecnología e información y actitudes con las personas que se comunica. Los individuos necesitan de un amplio rango de competencias para enfrentar los complejos desafíos del mundo de hoy, pero producir listas muy largas de todo lo que pueden necesitar hacer en diversos contextos en determinado momento de sus vidas sería de un valor práctico muy limitado.

El proceso de diversificación de la educación media en Colombia ha tenido un desarrollo irregular a lo largo del siglo XX. Ya desde los primeros decenios se perfilaban planteamientos y disposiciones normativas tendientes a incentivar modalidades diferentes de las del bachillerato clásico y que proporcionaran mano de obra capacitada en los ramos relacionados con el comercio, la agricultura, la industria y el magisterio. Pero fue sólo a partir de la mitad de siglo que estas ideas empezaron a cobrar importancia dentro del sistema educativo nacional y es a partir de 1994 con la ley 115 que queda reglamentada. Hoy es imposible separar el conocimiento de las ciencias de la tecnología. Diferentes estudios (*Misión de educación técnica, tecnológica y profesional*) han evaluado la educación media técnica para llegar a la conclusión de concebirla como un paso muy importante hacia la educación superior.

Según la ley 749 de Julio 19 de 2002, las instituciones técnicas profesionales y tecnológicas de educación superior, organizarán su actividad formativa de pregrado en ciclos propedéuticos de formación en las áreas de las ingenierías, la tecnología de la información y la administración.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos de la Ley 115 de 1994, los certificados de aptitud ocupacional son los siguientes: Certificado de técnico laboral por competencias. Se otorga a quien haya alcanzado satisfactoriamente competencias establecidas en programa formación laboral. Certificado de conocimientos académicos. Se otorga a quien haya culminado satisfactoriamente un programa de formación académica debidamente registrado.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA a través del desarrollo de competencias laborales y la Estrategia de Formación por Proyectos, garantiza la integralidad de nuestros egresados, debido a que el programa presenta un alto componente técnico y humano acorde con los requerimientos del sector, cumpliendo de esta forma los objetivos de la formación profesional integral, saber-saber, saber-hacer y saber-ser, que desarrollan en el talento humano, conocimientos, habilidades técnicas y apropiación de valores, libre pensamiento y actitud crítica, liderazgo, creatividad, innovación, solidaridad y emprendimiento, comprometidos consigo mismo, con su entorno laboral y social. De igual manera, prestar de forma eficiente, eficaz y oportuna, el servicio de información y consulta con la aplicación de procesos y procedimientos técnicos propios de la función archivística, que permitan dinamizar la gestión administrativa organizacional a nivel local y nacional.

MARCO CONCEPTUAL DEL ÁREA DE IDONEIDAD:

La educación media técnica con especialidad en comercio con las salidas ocupacionales de Asesor Comercial, brinda la posibilidad de facilitar una serie de procesos que permiten a l@s estudiantes, el desarrollo de competencias que le garanticen su inserción a la educación terciaria y/o al medio productivo con la posibilidad de ser competitivas en el medio.

Desde esta acepción, la formación en la media técnica está orientada al desarrollo de competencias básicas para el aprendizaje, sociales para la interacción con el entorno, las competencias personales para lograr un adecuado nivel en la calidad de vida y unas competencias laborales desde donde se proyecte en el mercado productivo. Según las nuevas disposiciones en materia de educación el gobierno central propende por un enfoque de emprendimiento, que capacite a los estudiantes para la globalización y el cumplimiento de los tratados comerciales como el ALCA, TLC, la creación de nuevas empresas a través de las MIPYMES y las negociaciones del mercado interno aprovechando los adelantos tecnológicos, las facilidades en la consecución de recursos por medio de las instituciones gubernamentales después de un análisis concreto de los proyectos de creación de negocios.

El enfoque de la especialidad en comercio impartida por la *Institución Educativa Benedikta Zur Nieden* dirige sus acciones a estimular a l@s estudiantes para el inicio de negocios propios. Los resultados obtenidos en el cumplimiento de la práctica empresarial, después de un trabajo continuo de 140 horas y demás evidencias, permiten determinar la importancia del trabajo teórico-práctico que ha hecho posible la continuidad aún después de la práctica como empleadas de una organización y como aprendices. Este enfoque posibilita y estimula el trabajo en equipo, el pensamiento crítico, las habilidades comunicativas y la toma de decisiones a la vez que crea un ambiente laboral y de relaciones interpersonales con empleados y empresarios de amplia experiencia, pero este trabajo no solo está encaminado al campo laboral, sino también en la formación para continuar estudios superiores de carreras afines a la especialidad en comercio.

La estructura de esta especialidad está representada en componentes como: gestión administrativa, la contable, financiera, empresarial, mercadeo, legislación, *merchandising*, marketing digital, gestión del talento humano y servicio al cliente, compensación salarial y emprendimiento, apoyadas en las TIC. Todos organizados en guías de aprendizaje con indicadores de desempeño y actividades prácticas donde el estudiante recibe diferentes formas de aprendizaje: habilidades de pensamiento crítico, perspectiva del usuario, contexto de negocios, temas éticos, habilidades de comunicación, toma de decisiones, manejo de clientes, pagos tributarios, liquidación de pagos, salud ocupacional entre otros; lo anterior atendiendo a las necesidades actuales del entorno empresarial.

PROYECTOS CON LOS QUE SE TRANSVERSALIZA EL ÁREA:

El programa de formación transversaliza en algunas áreas con una temática concreta las áreas de transversalización son:

- Ética
- Inglés
- Tecnología
- Ciencias Naturales
- Español
- Cultura física



CUADRO DE ÁREA DE IDONEIDAD, CON SUS COMPETENCIAS Y EVIDENCIAS POR GRADOS

Cada área de idoneidad de 10° a 11° presentan coherencia con los (DBA), competencias particulares, alineadas con las Habilidades Siglo XXI, las competencias estándar para el área y las evidencias.

TÉCNICO EN ASESOR COMERCIAL – DÉCIMO			
DOCENTE: Carlos Alberto Cardona Zapata			
Competencias y habilidades del Siglo XXI que por praxis constante se desarrollan: Computacional, Gestión de proyectos, Sistémico, Trabajo en equipo y Comunicación			
Competencias estándar o generales del área de idoneidad que se desarrollan a lo largo de la vida escolar impactando por su praxis en el contexto (comercial, interpretación, argumentación, proposición). Determinación de clientes potenciales - Comercialización de productos y servicios 1°			
<p>Área de idoneidad:</p> <p>ASESOR COMERCIAL</p> <p>Grados:</p>	<p>Aprendizajes básicos que vienen de los DBA (Relaciona, compara, explica, identifica, analiza, recuerda, construye, lee, describe...) (redactado en 3° persona)</p>	<p>Competencias particulares priorizadas; que sabe hacer con el aprendizaje DBA y que pueda ser evidenciado (redactado como sustantivo) (interpretación, argumentación, proposición)</p>	<p>Evidencias de aprendizajes y competencias (Demostrar la competencia; lo que sabe hacer el estudiante con el DBA permite inferir qué aprendió)</p>
<u>DÉCIMO</u>	<p>Conoce generalidades sobre la empresa y los criterios para la caracterización de clientes potenciales de acuerdo con segmentos de mercado (1)</p>	<p>Identificación de los elementos formales de la organización, tipos de clientes, productos y Servicios que ofrece, teniendo en cuenta su objeto social y normatividad legal vigente.</p>	<p>Investigación y exposición de diferentes tipos de sociedades comerciales, con el fin de tipificar los clientes</p>
	<p>Prospecta clientes potenciales según el producto o servicio de la organización. (2)</p>	<p>Interpretación de los elementos necesarios para realizar la prospección de clientes potenciales según el producto o servicio de la organización.</p>	<p>Clasifica los diversos tipos de clientes, e identifica las características individuales para suprospección</p>
	<p>Elabora segmentación de clientes de acuerdo con el producto o servicio ofertado. (3)</p>	<p>Aplicación de los procesos idóneos para segmentación de clientes y los mercados de acuerdo con producto o servicio ofertado.</p>	<p>Segmenta los posibles mercados de acuerdo con el producto, clasificando los clientes potenciales</p>

Recopila información en bases de datos de acuerdo con el método seleccionado (4)	Aplicación de estrategias para recopilar información en bases de datos de acuerdo con el método seleccionado	Diseña y aplica diversos métodos para recolectar información comercial de los clientes y el entorno
Evalúa e implementa acciones de mejora en el proceso de prospección de clientes de acuerdo con técnicas de evaluación. (5)	Comprensión de estrategias para fidelización y prospección de acuerdo con información comercial y financiera, aplicando diversas técnicas de evaluación	Aplica Métodos para el análisis de los clientes con la información recolectada, aplicando diversas técnicas de evaluación
Efectúa la venta a los clientes, teniendo en cuenta el protocolo de servicio según las políticas de la organización. (6)	Aplicación del protocolo de servicio al cliente con el propósito de fidelizar clientes y alcanzar los objetivos comerciales.	Planeación y simulación del proceso de atención a diferentes tipos del cliente.
Identifica las necesidades y deseos del cliente según segmento de mercado. (7)	Identificación de las diferentes necesidades de clientes, para planear estrategias de venta.	Identifica la pirámide de necesidades según Maslow como herramienta para clasificar los clientes en segmentos de mercado.
Reconoce las características de los productos y servicios para la	Aplicación del protocolo, la etiqueta para la participación en reuniones y	Realiza simulación de evento empresarial

	venta según necesidades del cliente. (8)	eventos organizacionales según los estándares de calidad.	
	Utiliza herramientas ofimáticas para la elaboración de la propuesta comercial a partir del portafolio comercial, según requerimientos de la organización (9)	Aplicación de estrategias de atención y servicio al cliente, cara a cara, y a través de medios virtuales tecnológicos, de acuerdo con la política institucional y los estándares de calidad	Realiza simulaciones de atención a diferentes clientes
	Aplica técnicas de exhibición teniendo en cuenta el producto ofertado. (10)	Identificación y aplicación de acciones de mejora frente a situaciones relacionadas con el servicio, de acuerdo con políticas organizacionales	Elabora propuestas de acción PQRS para implementar en empresas

UNDÉCIMO

TÉCNICO EN ASESOR COMERCIAL - ONCE
DOCENTE: Carlos Alberto Cardona Zapata
Competencias y habilidades del Siglo XXI que por praxis constante se desarrollan: Computacional, Gestión de proyectos, Sistémico, Trabajo en equipo y Comunicación
Competencias estándar o generales del área de idoneidad que se desarrollan a lo largo de la vida escolar impactando por su praxis en el contexto (comercial, interpretación, argumentación, proposición)
COMPETENCIAS: Verificación de la experiencia de servicio al cliente, Comercialización de productos y servicios 2°

<p>Área de idoneidad:</p> <p>ASESOR COMERCIAL</p> <p>Grados:</p>	<p>Aprendizajes básicos que vienen de los DBA (Relaciona, compara, explica, identifica, analiza, recuerda, construye, lee, describe...) (redactado en 3° persona)</p>	<p>Competencias particulares priorizadas; que sabe hacer con el aprendizaje DBA y que pueda ser evidenciado (redactado como sustantivo) (interpretación, argumentación, proposición)</p>	<p>Evidencias de aprendizajes y competencias (Demostrar la competencia; lo que sabe hacer el estudiante con el DBA, permite inferir que aprendió)</p>
<p>11°</p>	<p>Identifica y aplica diferentes condiciones comerciales en la gestión de la venta (1)</p>	<p>Identificación y aplicación de diferentes condiciones comerciales en la gestión de la venta</p>	<p>Realiza mapas mentales sobre diferentes condiciones comerciales en la gestión de la venta</p>
	<p>Conoce el protocolo de servicio con el cliente y lo implementa en el proceso de la venta (2)</p>	<p>Aplicación del protocolo de servicio al cliente y lo implementa en el proceso de la venta</p>	<p>Elabora protocolos de servicio al cliente y lo implementa en el proceso de la venta</p>
	<p>Presenta propuesta comercial, aplicando diferentes técnicas de venta. (3)</p>	<p>Presentación de propuesta comercial, aplicando diferentes técnicas de venta</p>	<p>Realiza propuesta comercial, aplicando diferentes técnicas de venta en el proyecto empresarial</p>
	<p>Reconoce e implementa acciones post-venta a diferentes tipos de clientes, según requerimientos de la organización. (4)</p>	<p>Reconocimiento de las acciones post-venta a diferentes tipos de clientes, según requerimientos de la organización</p>	<p>Elabora acciones post-venta para diferentes tipos de clientes, según requerimientos de la organización</p>

	Elabora informe Post-venta con base en la experiencia con el cliente e implementando acciones de mejora(5)	Identificación de las pautas para elaborar informe Post-venta con base en la experiencia con el cliente e implementando acciones de mejora	Elaborar informe Post-venta con base en experiencias con el cliente y plantea acciones de mejora.
	Conoce el proceso de trazabilidad organizacional, como una estrategia que permite verificar todas las etapas de la venta. (6)	Aplicación del proceso de trazabilidad organizacional, como una estrategia que permite verificar todas las etapas de la venta	Plantea estrategias de trazabilidad organizacional, como acciones que permite verificar todas las etapas de la venta
	Identifica herramientas digitales que facilitan la comercialización en las organizaciones (7)	Identificación de herramientas digitales que facilitan la comercialización en las organizaciones	Aplica algunas herramientas digitales que facilitan la comercialización en las organizaciones
	Realiza la caracterización y perfilamiento de los clientes potenciales(8)	Realización de la caracterización y perfilamiento de los clientes potenciales	Elabora plantilla con la caracterización y perfilamiento de los clientes potenciales
	Aplica concepto en la construcción, análisis y procesamiento de la información, mediante el manejo de bases de datos. (9)	Aplicación concepto en la construcción, análisis y procesamiento de la información, mediante el manejo de bases de datos	Realiza simulación de construcción de bases de datos referente a la información básica de los clientes reales y potenciales de la empresa
	Conoce y aplica técnicas e instrumentos para el	Aplicación de las técnicas e instrumentos para el	Elabora informe con análisis de la información sobre

	análisis de la información. (10)	análisis de la información.	estudio de clientes potenciales.
--	----------------------------------	-----------------------------	----------------------------------

METODOLOGÍA GENERAL PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS Y HABILIDADES

Proyectos de aula o Proyecto de Investigación	Resolución de Problemas o Retos	Metodología de la pregunta o indagación
<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de tema, nombre 2. Hacer equipos, definir resultado esperado 3. Planear y asignar responsabilidades 4. Investigar, experimentar, debatir, retroalimentar 5. Concluir, presentar, valorar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir un problema 2. Buscar varias soluciones 3. Definir una solución 4. Implementarla experimentando 5. Concluir, presentar, valorar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer una pregunta 2. Tormenta de hipótesis que la responde 3. Experimentación 4. Se recogen evidencias y se validan 5. Se comparte y comunican resultados

MARCO EDUCATIVO

Los métodos educativos buscan potenciar las capacidades de los estudiantes, de manera que sean capaces de entender las nuevas demandas del campo laboral y crear mejores oportunidades con vista al futuro.

FLEXIBILIZACIÓN CURRICULAR

La flexibilización busca acercar al estudiante a la propuesta curricular de su grado de una manera dinámica y respetuosa de sus ritmos de aprendizaje. Visto de una manera muy sencilla la flexibilización curricular hace referencia a la posibilidad de dar una respuesta acertada a la diversidad del aula, al reconocimiento de las diferencias, multiplicidad de características, estilos y ritmos de aprendizaje de los estudiantes en general, no solo a aquellos que presentan una determinada discapacidad.

La estrategia de Instrucción Diferenciada se utiliza con el objetivo de dar al estudiantado las herramientas necesarias para un aprendizaje interesante, significativo y profundo. Su función primordial es suplir sus necesidades de manera que puedan construir significado y aplicarlo al mundo que les rodea. Con esta estrategia el proceso de enseñanza y aprendizaje puede ir dirigido a toda la clase, a grupos pequeños o individualmente. Los docentes usan el tiempo, el espacio, los materiales y las estrategias educativas flexiblemente, según las necesidades del aprendiz.

Esto con el propósito de maximizar la capacidad del estudiantado para enfrentarse a los distintos retos mediante la diversificación del contenido, el proceso y el producto. La planificación debe dirigirse a diseñar clases donde se

pueda aprender según la aptitud, el interés y el perfil. Las salas de clases se conciben como comunidades de aprendizaje donde el estudiantado comparte con el apoyo del docente, la responsabilidad por su crecimiento y la canalización de sus metas educativas.

Lo recomendable es aceptar que hay muchas similitudes, pero tomar las diferencias como elementos clave para la enseñanza y el aprendizaje; es brindar oportunidades para que los estudiantes tengan múltiples opciones para asimilar la información, encontrarles sentido a las ideas y expresar lo que han aprendido. Es decir, "*proveer diferentes caminos para adquirir contenido, para procesar la información y para generar productos*", según Ortiz (2015).

La enseñanza individualizada parte del supuesto de que los estudiantes aprenden a diferentes ritmos de aprendizaje un mismo material y lo procesan utilizando mecanismos bajo diferentes condiciones. Esta estrategia pretende proporcionar a cada estudiante un programa de estudio de acuerdo con sus necesidades particulares, ya que considera las diferencias en estilos de aprendizaje, capacidad y ritmo al que se aprende.

Según nuestro Sistema de Evaluación Institucional los estudiantes con Necesidades Educativas Especiales (NEE) y que son diagnosticados con todo tipo de barreras para el aprendizaje, se determina una promoción fundamentada en una flexibilización de saberes que atienda el ritmo y estilo de aprendizaje de cada estudiante y con base a los desempeños esperados para ellos.

La promoción será determinada por la comisión de promoción atendiendo a las directrices dadas desde la comisión de evaluación, pero también a los aportes evaluativos con el SENA, como entidad externa con la cual tenemos convenio de aprendizaje; el equipo de docentes y profesionales podrán proponer la repitencia de un grado a la comisión de promoción respectiva si los estudiantes no alcanzan la consecución de las competencias mínimas establecidas y flexibilizadas para ellos.

Teniendo en cuenta lo anterior, el área de Media técnica considera necesario que se apliquen las siguientes estrategias:

- Identificar la población con necesidades educativas especiales (NEE), con el apoyo de la UAI
- Proporcionar tiempos mayores para el cumplimiento de los compromisos si así lo requiere su exigencia.
- Dosificar trabajos, consultas, guías de trabajo si lo requiere la estudiante.
- Realizar seguimiento constante a sus evidencias, realizando la realimentación respectiva.
- Motivar a los estudiantes, reconociendo sus fortalezas
- Implementar el trabajo en equipos colaborativo que lo impulsen a la consecución de logros.
- Generar espacios de comunicación y participación de la familia en el proceso formativo del estudiante.
- Aprovechar los diferentes recursos tecnológicos que permitan mayor avance a los estudiantes.
- Apoyo con alfabetizador@s, monitor@s que apoyen el proceso de los educandos.

VALORACIÓN - EVALUACIÓN INTEGRAL

La evaluación propuesta en la Institución tiene como referentes los Decretos reglamentarios del sector educación 1075 del 2015, 1290 y los Estándares de calidad y los Lineamientos del MEN.

Esta valoración - evaluación está fundamentada en las siguientes premisas:

- El estudiante es un ser humano en proceso continuo de formación.
- En nuestra institución los estudiantes vivimos la excelencia educativa.
- Cada estudiante tiene su propio ritmo y estilo de aprendizaje que debe considerarse.
- Los estudiantes que presentan dificultades para aprender deben ser atendidos a través de acciones complementarias.
- La evaluación integral compete a las directivas, a los maestros, estudiantes y/o padres de familia.

El área de idoneidad media - Técnica "Asesor comercial" atiende los principios de la evaluación de las habilidades del Siglo XXI y su concepción pedagógica y comercial.

AUTOEVALUACIÓN Y COEVALUACIÓN:

La autoevaluación permite que el estudiante participe en su proceso de formación desde su responsabilidad y honestidad. La autoevaluación y la coevaluación se interiorizan en la institución como un proceso significativo en el quehacer tanto académico como comportamental ya que le permite a cada estudiante y sus pares evaluar conjuntamente y de manera integral la culminación de cada período.

Este proceso se realiza con el estudiante buscando una actitud reflexiva y de confrontación, que le permita reconocer como ha sido su actitud frente al área, a sus responsabilidades, al docente y como parte importante de un grupo. La autoevaluación y coevaluación corresponde dentro de cada área al diez por ciento (10%) de cada período académico. Para la autoevaluación y coevaluación se contemplan los siguientes criterios:

- Inasistencias con y sin excusa.
- Participación en clase.
- Cumplimiento con todos los deberes contemplados en el acuerdo de convivencia.
- Actitud ante los llamados de atención.

Este proceso se lleva cabo 3 veces al año durante el año escolar; es decir, cada final de período. Sin excepción todas las áreas deben posibilitar la autoevaluación- coevaluación dentro de cada período académico, además de realizar la prueba de período.

La coevaluación se comprende como el momento evaluativo entre pares, es decir, los compañeros y compañeras de los estudiantes que participan en el proceso de aprendizaje evalúan el desempeño de otros. Es necesario establecer criterios claros que orienten la reflexión y participación de los estudiantes en la evaluación de sus compañeros.

Se trata de compatibilizar diferentes métodos de evaluación del aprendizaje del estudiante, aplicando la coevaluación para valorar algunas competencias de los alumnos, mediante la valoración de los trabajos realizados por los grupos de alumnos y expuestos en clase.

EVALUACIÓN FORMATIVA

La evaluación formativa sobrepasa el concepto de medición asimilado con frecuencia a la calificación. La evaluación implica una mirada más amplia sobre los sujetos y sus procesos porque incluye valoraciones y juicios sobre el

sentido de las acciones humanas, por tanto, toma en cuenta los contextos, las diferencias culturales y los ritmos de aprendizaje, entre otros.

La evaluación también debe adelantarse de manera permanente durante el proceso formativo y por ello es necesario “inventar” o contar con diversas estrategias y formas de valoración-observación de los niños, niñas y adolescentes. Así, un profesor, puede evaluar a sus educandos cuando trabajan en grupo, en su interacción social, cuando conversan sobre un determinado tema, preguntan sobre algo que no comprenden, explican a sus pares, al realizar sus registros etnográficos sobre las acciones diarias del aula, etc., no con el propósito de calificarlos y dar un diagnóstico terminal o definitivo sobre ellos, sino para valorarles lo aprendido: calidad, profundidad, forma, consistencia y coherencia.

La evaluación nuestra al ser formativa permite a los estudiantes: Solucionar problemas, plantear preguntas y problemas, planear investigaciones para recoger, recopilar y organizar datos, sacar conclusiones y luego, ponerlo en práctica en situaciones innovadoras.

RETROALIMENTACIÓN:

La retroalimentación debe acompañar al proceso enseñanza-aprendizaje a lo largo de toda su extensión, con la intención de dar inmediata y oportuna información al alumno acerca de la calidad de su desempeño para que realice las correcciones necesarias con el objeto de mejorar su competencia.

La retroalimentación no está restringida sólo a corregir los errores y omisiones que cometa el aprendiz para que se haga cada vez más competente (retroalimentación negativa), si no, también, para que se dé cuenta de sus aciertos (retroalimentación positiva), como una forma de estimularlo para hacer las cosas cada vez mejor. Es una forma de aumentar su motivación intrínseca para aprender y/o trabajar con mayor eficiencia.

VALORACIÓN - EVALUACIÓN

La evaluación propuesta en la IE Benedikta Zur Nieden tiene como referentes: el Decreto único reglamentario del sector educación 1075 del 2015, el 1290 y los Estándares de calidad y los Lineamientos del MEN.

El área de idoneidad media - Técnicas “Asesor comercial” atiende los principios y pasos de la valoración-evaluación así:

VALORACIÓN-EVALUACIÓN ES:			
Evidenciar o demostrar las competencias o saber hacer que desarrolla con el DBA			
En ella están inmersas otros tipos de evaluación:			
DIAGNÓSTICA	FORMATIVA	SUMATIVA Y CONTINUA	CALIFICACIÓN

DBA y competencias previas	DBA a trabajar y las competencias que desarrolla	Desarrollar las competencias (lo que debe hacer con el DBA) implica procesos y productos o resultados constantes	Juicio y valoración integral a la evidencia, a los desempeños, al ser, incluye auto, coe y evaluación
----------------------------	--	--	---

RETROALIMENTACIÓN PARA TENER PRESENTE EN LA CALIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN:

A PARTIR DE LAS COMPETENCIAS DESARROLLADAS CON LOS DBA, RESPETANDO SIEMPRE LA AUTO, COE Y EVALUACIÓN			
1.0 A 2.9 BAJO	3.0 A 3.9 BÁSICO	4.0 A 4.5 ALTO	4.6 A 5.0 SUPERIOR
Difícilmente sabe, hace y evidencia la interpretación argumentación, proposición, de...	Con dificultad sabe, hace y evidencia interpretación argumentación, proposición, de...	Sabe, hace y evidencia interpretación argumentación, proposición, de...	Con amplia competencia sabe, hace y evidencia la interpretación argumentación, proposición, ... de...

TRANSVERSALIZACIÓN DE PROYECTOS

NÚMERO	NOMBRE DEL PROYECTO	APRENDIZAJES DE CONEXIÓN ENTRE LA MALLAS Y EL PROYECTO
1	SEGUIMIENTO A EGRESAD@S	Conoce generalidades sobre la empresa y los criterios para la caracterización de clientes potenciales de acuerdo con segmento de mercado
2	SEGUIMIENTO A EGRESAD@S	Realiza prospección de clientes potenciales según el producto o servicio de la organización
3	SEGUIMIENTO A EGRESAD@S	Prepara y aplica planes de mercadeo para el mejoramiento de organizaciones según los estándares de calidad

RECURSOS GENERALES

Humanos: Rector, Coordinadora Académica y Coordinadoras de Convivencia Docentes Técnicos, Docente de Tecnología, Instructores SENA, Grupo de Docentes de Áreas Transversales, Personal Administrativo, Estudiantes, Padres de Familia, Empresarios.

Profesionales de diferentes instituciones de educación formal como el SENA, Cámara de Comercio y otros.

Comunidad educativa en general.

Recursos Físicos: Planta Física Institución Educativa, Material didáctico, Salas de informática, Biblioteca, Proyector de videos, Pantalla para proyecciones Video Beam, Equipos de cómputo; Libros de texto

Internet: redes sociales, plataformas, aplicaciones pedagógicas, programas software, celular o Tablet, entre otros.

Videos, películas, documentales.

Recursos Administrativos: Convenio y acuerdos SEMI, Institución Educativa, SENA

Recursos Didácticos: Otros recursos generales de las áreas como: Cuaderno para generar actividades diarias, reflexiones se incluyen aquellos que hacen parte de la metodología como: Visualización de películas y material multimedia,, proyectados en videobeam, computadores, celulares, plataformas para el desarrollo de diversos contenidos.

Recursos Institucionales

Instituciones Educativas del Municipio de Itagüí Secretaría de Educación y Cultura del municipio. Universidades del área metropolitana.

Personería municipal. Convenio SENA-
INSTITUCIÓN

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

MEN. (1994). Ley general de Educación: Ley 115 del 8 de febrero de 1994. Bogotá, Colombia: El trébol.

Estructuras generales de la estructura Técnico en Asesor Comercial SENA

Código Laboral

Ferrando, A. (2001). Marketing en empresas de servicios. México. Editorial: Alfaomega

Reinares. P. (2006). Marketing relacional. México. Editorial: Prentice Hall Zeithaml.

(2009). Marketing de servicios. México D.F. Editorial: Mc Graw Hill Serna, H. (2010) Como medir el valor del cliente Bogotá.

3R Editores Schnarch, A (2011). Marketing de fidelización. México. Ed. Ecoe

Promueve consultoría (2012). Atraer, Fidelizar Clientes. Galicia. Editorial CEEI Pérez, H. (2013)

Comunicación y atención al cliente. et al. 1a Edición

Prieto, J. (2014) Gerencia del Servicio. Bogotá, Ecoe ediciones

Díaz, M. (2014). Atención básica al cliente: manual teórico. Madrid: Editorial CEP, S.L.

Gonzalo, E. (2014). Atención al cliente en el proceso comercial. UF0349. España: Tutor Formación.