REPORTE MENSUAL DEL INSTRUCTOR

REGIONAL CORDOBA
CENTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

DATOS DEL DOCENTE		MES:	ABRIL	AÑO:	2021
NOMBRES Y APELLIDOS:	HECTOR ENRIQUE DURANGO GALVAN	CÉDULA:	79059796		

PARTE HORAS DIRECTAS A FORMACIÓN - PROGRAMAS EN FORMACIÓN TITULADA Y/O COMPLEMENTARIA

ID. FICHA	HORARIO		FECHA		DIAS							COMPETENCIA DESARROLLADA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	HORAS	FIN
	DESDE	HASTA	DESDE	HASTA	L	M	M	J	V	S	D				
MERCADEO Y VENTAS CERETE - VIRTUAL FICHA: 2300251	13:00	21:00	2-abr	2-abr	8	8			8			• Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa • Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. • Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.	• Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa. • Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación. • Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación precios. • Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial. • Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos. • Formular política de surtido con base a criterios de la empresa. • Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado. • Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo	8	2-abr
MERCADEO Y VENTAS - CANALETE - FICHA: 2299553	13:00	21:00	1-abr	5-abr		8		8		8		• Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa • Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. • Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.	• Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa. • Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación. • Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación precios. • Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial. • Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos. • Formular política de surtido con base a criterios de la empresa. • Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado. • Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo	24	5-abr
MECADEO Y VENTAS - PLANETA RICA - VIRTUAL FICHA: 2309471	13:00	21:00	7-abr	28-abr	8		8		8			• Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa • Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. • Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.	• Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa. • Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación. • Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación precios. • Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial. • Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos. • Formular política de surtido con base a criterios de la empresa. • Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado. • Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo	80	28-abr
MERCADEO Y VENTAS - SAN BERNARDO DEL VIENTO - PRESENCIAL FICHA: 2312307	13:00	21:00	13-abr	27-abr		8				8		• Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa • Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios. • Preparar la exhibición de productos y servicios teniendo en cuenta sus características y el estilo de exhibición.	• Utilizar estrategia para apoyar la presentación de los productos o servicios a los clientes teniendo en cuenta características, beneficios y usos de un producto o servicio específico, según protocolo establecido por la empresa. • Identificar segmentos de mercado teniendo en cuenta su dimensión y cobertura, en el desarrollo de estrategias de segmentación con el apoyo de software especializado de acuerdo con tipos de producto y población establecidos en el plan de segmentación. • Determinar los precios de los productos y servicios a partir del análisis de los reportes de precios, en la definición de estrategias de mercadeo, según tipos de mercados y de productos, mediante la aplicación de métodos de fijación precios. • Determinar la oferta y la demanda del producto o servicio con el apoyo de software especializado y la aplicación de técnicas de pronóstico, para identificar el potencial de mercado y capacidad de ventas de la empresa según política empresarial. • Definir y aplicar técnicas y procedimientos para la organización del surtido de acuerdo con los productos. • Formular política de surtido con base a criterios de la empresa. • Preparar la estrategia de exhibición de acuerdo con las tendencias del mercado. • Elaborar programas de exhibición según políticas de mercadeo	40	15-may
													TOTAL HORAS	**152**	

PARTE APOYO PRESTADO ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

	ACTIVIDAD	JUSTIFICACIÓN	FECHA DESDE	FECHA HASTA	HORARIO DESDE	HORARIO HASTA	HORAS
1							
2							
3							
4							
5							
					TOTAL HORAS		0

PARTE CAPACITACIÓN INSTRUCTORES PLANTA

	NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN	FECHA DESDE	FECHA HASTA	HORARIO DESDE	HORARIO HASTA	HORAS
1						
2						
3						
				TOTAL HORAS		0

PARTE OTRAS ACTIVIDADES INSTRUCTORES PLANTA

		FECHA DESDE	FECHA HASTA	HORARIO DESDE	HORARIO HASTA	HORAS
1	Preparación de clases					
2	Incapacidad					
3	Lider WorldSkills					
4	Permiso Sindical					
5	Investigacion					
6	Permiso por estudio					
7	Act. Culturales (Evento deportivo Nacion					
				TOTAL HORAS		0

TOTAL HORAS REPORTADAS 152

FIRMA DEL INSTRUCTOR: 

}