Cronograma de Actividades
Fase: Planeación
Actividad de Proyecto / Actividad de Aprendizaje 3
Tecnología Virtual Negociación Internacional

Actividad de Proyecto / Aprendizaje	Resultado de Aprendizaje alcanzar	Material de la Actividad	Tipo de Evidencia	Instructor Responsable	Tiempos y forma de entrega	
					Forma de Entrega	Fecha Inicio/ Entrega
Actividad de proyecto 3: Elaborar plan de mercadeo según segmentación del mercado. Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores.	Seleccionar los criterios de segmentación dependiendo si se trata de segmentación de clientes de consumo o segmentación de clientes de inversión teniendo en cuenta normas nacionales e internacionales, determinando el potencial de exportación, las dimensiones y característica de la demanda y los canales de distribución de acuerdo con las normas legales, son determinados para segmentar el mercado y el potencial de compradores de los productos o servicios de acuerdo con la misión y visión de la empresa.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 1: Taller "Global Country".	María Pulido (Felipe Ramírez)	Consultar el material propuesto y responder las preguntas formuladas.	22/11/2021 13/02/2022
	Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.	Material de estudio – Expressing opinions and preferences.	Evidencia 2: Market Projection.	Alejandro Cifuentes	Consultar el material propuesto y desarrolle las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Diseñar las estrategias de acuerdo con el plan de mercadeo teniendo en cuenta productos y servicios y el comportamiento de los consumidores, la gestión de ventas y las metas fijadas por la organización.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 3: Ejercicio práctico "La mejor estrategia corporativa".	Edwin Hincapié	Consultar el material propuesto y desarrolle el ejercicio planteado siguiendo las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Determinar los indicadores y estándares de gestión de acuerdo con los planes de mercadeo teniendo en cuenta el cumplimiento de metas logradas en un periodo de tiempo con base en los objetivos fijados por la organización.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 4: Control de gestión.	Edwin Hincapié	Consultar el material propuesto y desarrolle un documento escrito siguiendo las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Realizar la segmentación a partir de características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicas y socioeconómicas de cada estrato social combinando las variables para producir el nivel de aceptación de un producto o servicio, identificando el segmento de mercado con base en características, intereses, preferencias y opiniones de la población a la que se desea llegar con el producto o servicio a mercadear basado en las políticas establecidas por la organización.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 5: Tabla de datos "Identificación del segmento".	María Pulido (Felipe Ramírez)	Consultar el material propuesto y desarrolle una tabla de datos siguiendo las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.	Material de estudio – Expressing opinions and preferences.	Evidencia 6: Segmentation "Describing potential clients".	Alejandro Cifuentes	Consultar el material propuesto y desarrolle las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022

Cronograma de Actividades
Fase: Planeación
Actividad de Proyecto / Actividad de Aprendizaje 3
Tecnología Virtual Negociación Internacional

Actividad de proyecto 3: Elaborar plan de mercadeo según segmentación del mercado. Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores.	Recopilar la información sobre comportamiento, relaciones de causalidad, tamaño de muestra son recopiladas para base de datos de población por edades, mapas, planos, fotografías definiendo el segmento objetivo, dividiendo los países en grupos homogéneos con el fin de que las estrategias definidas sean válidas en distintos países por las similitudes económicas y culturales, geográficas, climas, costumbres, religión teniendo en cuenta las normas legales para vender los productos en el mercado internacional de acuerdo con los objetivos propuestos por la organización.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 7: Informe “Análisis del mercado”.	Edwin Hincapié	Consultar el material propuesto y desarrolle un informe siguiendo las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Definir el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, realizando un diagnóstico de mercados que identifique oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo.	María Pulido (Felipe Ramírez)	Consultar el material propuesto y desarrolle las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022
	Preparar los informes relacionados con el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el contexto mercadológico, elaborando el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.	Material de estudio – Segmentación y plan de acción de mercadeo. Material complementario.	Evidencia 10: Presentación “Plan de acción de mercadeo”.	Edwin Hincapié	Consultar el material propuesto y desarrolle una presentación siguiendo las indicaciones descritas en la evidencia.	22/11/2021 13/02/2022