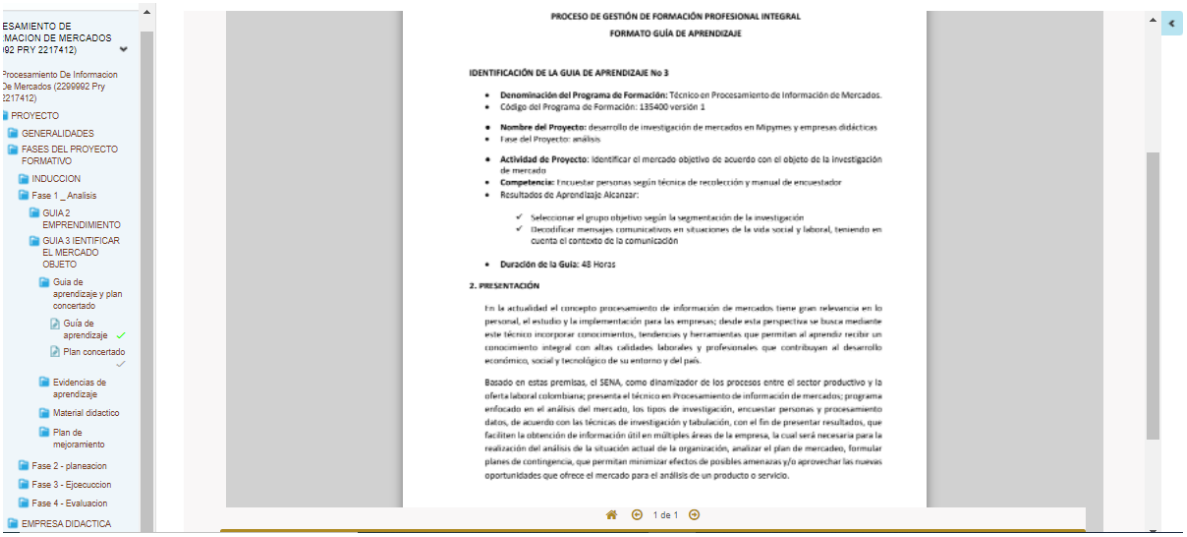

ESAMIENTO DE
MACION DE MERCADOS
92 PRY 2217412)
Procesamiento De Informacion
De Mercados (2299992 Pry
2217412)
PROYECTO
GENERALIDADES
FASES DEL PROYECTO FORMATIVO
INDUCCION
Fase 1 _ Analisis
GUIA 2 EMPRENDIMIENTO
GUIA 3 IENTIFICAR EL MERCADO OBJETO
Guia de aprendizaje y plan concertado
Guía de aprendizaje
Plan concertado
Evidencias de aprendizaje
Material didactico
Plan de mejoramiento
Fase 2 - planeacion
Fase 3 - Ejecuccion
Fase 4 - Evaluacion
EMPRESA DIDACTICA
PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE
IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No 3
Denominación del Programa de Formación: Técnico en Procesamiento de Información de Mercados.
Código del Programa de Formación: 135400 versión 1
Nombre del Proyecto: desarrollo de investigación de mercados en Mipymes y empresas didácticas
Fase del Proyecto: análisis
Actividad de Proyecto: Identificar el mercado objetivo de acuerdo con el objeto de la investigación de mercado
Competencia: Encuestar personas según técnica de recolección y manual de encuestador
Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
Seleccionar el grupo objetivo según la segmentación de la investigación
Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación
Duración de la Guia: 48 Horas
2. PRESENTACIÓN
En la actualidad el concepto procesamiento de información de mercados tiene gran relevancia en lo personal, el estudio y la implementación para las empresas; desde esta perspectiva se busca mediante este técnico incorporar conocimientos, tendencias y herramientas que permitan al aprendiz recibir un conocimiento integral con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país.
Basado en estas premisas, el SENA, como dinamizador de los procesos entre el sector productivo y la oferta laboral colombiana; presenta el técnico en Procesamiento de información de mercados; programa enfocado en el análisis del mercado, los tipos de investigación, encuestar personas y procesamiento datos, de acuerdo con las técnicas de investigación y tabulación, con el fin de presentar resultados, que faciliten la obtención de información útil en múltiples áreas de la empresa, la cual será necesaria para la realización del análisis de la situación actual de la organización, analizar el plan de mercadeo, formular planes de contingencia, que permitan minimizar efectos de posibles amenazas y/o aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado para el análisis de un producto o servicio.
1 de 1