PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Espinal diciembre del 2022

Señor (a)
ANDRES JOSUE PIÑEROS HERNANDEZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. **3381523**
Coordinador Academico
Centro Agropecuario La Granja
Ciudad

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes **Diciembre** del año 2022

Referencia: No CO1.PCCNTR **3381523** del año 2022

SANDRA MILENA SAENZ BARERRO, identificado con la cédula de ciudadanía No**. 65.707.007** de **Espinal**, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro Agropecuario La Granja, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de Pago: TREINTA Y OCHO MILLONES NOVECIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL SEISIENTOS SESENTA Y SIETE MIL PESOS ($38.956.667,00). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de febrero de 2022, por valor de TRES MILLONES DIECISÉIS MIL PESOS ($3.016.000). b) Nueve (9) pagos iguales por los meses de marzo a noviembre 2022, por valor de TRES MILLONES SETECIENTOS SETENTA MIL PESOS ($3.770.000) cada uno, c) un pago final correspondinte al mes de diciembre de 2022 por valor de UN MILLON DOCIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL SEISIENTOS SESENTA Y SIETE MIL PESOS ($1.256.667,00).

Plazo: Será hasta el 16 de diciembre de 2022.

OBJETO:
Prestación servicios personales de carácter temporal como Instructor para planear, ejecutar y orientar la Formación Profesional Integral en las redes y áreas temáticas de formación, que programe el Centro Agropecuario La Granja en sus diferentes niveles en modalidad presencial, virtual y a distancia complementaria, atendiendo las políticas institucionales y la normatividad vigente

Obligaciones Especificas:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Reportar mensualmente en el espacio de la Nube asignado para el Titulada/Complementaria Virtual, los soportes correspondientes a cada obligación contractual y relacionada en el informe de ejecución contractual mensual	Se sube en el SECOPP II los soportes correspondientes a las obligaciones contractuales del mes de **Diciembre de 2022.**	Evidencias reposadas en el aplicativo SECOP II**.**
2	Atender oportunamente los requerimientos que realice el supervisor del contrato, tales como: asistir a las reuniones técnicas que realice, presentar oportunamente las cuentas de cobro e informes mensuales de la ejecución del contrato.	Durante el presente mes, se asistió a la reunión programada por el supervisor del contrato el día 02 del mes de **Diciembre** de 2022 para hablar sobre metas formación virtual. Se realiza el informe mensual de ejecución contractual con las respectivas evidencias de la formación orientada en el mes de **Diciembre de 2022.**	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **Diciembre de 2022.**. Informe de ejecución contractual con sus respectivas evidencias que reposa en el aplicativo SECOP II.
3	Estar afiliado o afiliarse al sistema general de salud y pensión, así como facilitar al Sena toda la documentación necesaria para la afiliación a la administradora de riesgos laborales ARL, a cargo de la entidad, en virtud de los artículos 2 y 6 de la ley 1562 de 2012, previo a la ejecución del contrato.	Al momento de suscribir el contrato se presentaron los siguientes documentos: La afiliación a la empresa promotora de salud, Salud Total al Sistema General de pensiones AFP en Colpensiones y se presentó la documentación necesaria para afiliación a ARL por parte de la entidad.	Estos documentos reposan en el SECOP II. la carpeta del contrato **No. 3381523 de 2022.**
4	Participar en la planeación de los procesos formativos en modalidad presencial, virtual y a distancia, de acuerdo con los lineamientos institucionales, para el área temática del objeto contractual.	Durante el presente mes de **Diciembre de 2022**, se realizó alistamiento en las fichas asignadas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de**	Pantallazo de las actividades realizadas en la fase de alistamiento (anuncios y asociación de ruta de aprendizaje,Guias de aprendizaje) en las

		calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)	fichas asignadas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software), 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
5	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en jornadas de diseño y desarrollo curricular de programas de Formación Profesional Integral en modalidad presencial, virtual y a distancia, conforme a las necesidades nacionales y a los lineamientos institucionales requeridos.	Durante el presente mes de **Diciembre de 2022**, no se desarrolló actividad relacionada con esta obligación contractual.	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **Diciembre de 2022.**
6	Evaluar los aprendizajes previos correspondientes a las fichas asignadas, de acuerdo con los procedimientos, plazos y herramientas tecnológicas que la entidad defina.	Durante el presente mes de **Diciembre de 2022**, dentro de la plataforma Territorium se evaluaron los aprendizajes previos a las fichas asignadas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)**	Pantallazos del sondeo de conocimentos previos en el LMS-Territorium de las fichas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
7	Participar cuando el centro de formación lo requiera, en proyectos de investigación técnica y/o pedagógica para fortalecer el	Durante el presente mes de **Diciembre de 2022**, no se desarrolló actividad relacionada con esta	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **Diciembre de 2022.**

	proceso de formación en modalidad presencial, virtual y a distancia.	obligación contractual.	
8	Ejecutar la formación profesional integral de acuerdo con el diseño curricular, desarrollo curricular y proyecto formativo de los programas de formación en modalidad presencial, virtual y a distancia del área temática en el objeto del contrato.	Durante el presente mes de **Diciembre de 2022**, se impartió formación virtual a través del LMS - Territorium en los programas de formación con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)**	Pantallazo de las actividades realizadas en la fase de ejecución en las fichas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
9	Aplicar estrategias de enseñanza, aprendizaje, seguimiento y evaluación en modalidad presencial, virtual y a distancia, de acuerdo con los lineamientos pedagógicos y metodológicos de la entidad.	**Durante la fase de ejecución:** Dentro del LMS Territorium se impartió formación en los cursos asignados con ficha ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Se retroalimentaron las publicaciones de los aprendices en foros Sociales, de dudas y temáticos. Se evaluaron pruebas, actividades interactivas y retroalimentaron las	Pantallazo de las actividades realizadas en la fase de ejecución (Foros y grabaciones conferencias web,fotos,evaluaciones .talleres) de las fichas con ***ID*** **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.

		actividades enviadas por los aprendices. Se publicaron anuncios y se enviaron mensajes informativos del curso durante las semanas de formación. Se programaron y realizaron sesiones sincrónicas de atención a los aprendices a través de la herramienta Meet Google, se enviaron diferentes correos informando las novedades en el transcurso del curso y de motivación para la participación del mismo actividad relacionada con esta obligación contractual.	
10	Emitir juicio valorativo sobre el nivel de cumplimiento de los resultados de aprendizajes de las competencias del programa en modalidad presencial, virtual y a distancia, adquiridos por los aprendices en el desarrollo de su formación, aplicando los procedimientos y herramientas tecnológicas que la entidad defina, en un plazo no mayor a ocho días hábiles luego de finalizada la ficha.	Durante el presente mes de **diciembre** de 2022, se realizó el proceso de cierre, asignando los juicios evaluativos en a plataforma SENA SofiaPlus a los aprendices que Aprobaron y no Aprobaron los curso con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)**	Pantallazo de las actividades realizadas en la fase de cierre en las fichas con ***ID*** **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
11	Registrar, verificar y hacer seguimiento oportuno en el	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**,	Pantallazo de la Asociación de la Ruta

	sistema de información que la entidad defina para la Gestión de la Formación Profesional Integral en modalidad presencial, virtual y a distancia, mediante las siguientes actividades: a). Verificar que la totalidad de los aprendices seleccionados estén asociados a una ruta de aprendizaje y su estado sea matriculado. b). Registrar juicios evaluativos, c). realizar reconocimiento de aprendizajes previos, para los aprendices nuevos, reintegrados trasladados. d). Comunicar al Coordinador Académico oportunamente anomalías, inconsistencias, novedades de aprendices y hallazgos en el registro de la información.	en el sistema de gestión SenaSofiaplus, se verificó que todos los aprendices seleccionados estén asociados a la ruta de aprendizaje y se verificó su estado de matricula en las fichas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Y se registraron juicios evaluativos para las fichas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)**	de aprendizaje a través del sistema de gestión SenaSofiaplus en las fichas con ID **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Y se registraron juicios evaluativos para las fichas con **2678821-2678822-2678823 (Modelos de calidad de software),y las formaciones presenciales 2690783(Marketing Digital), 2690786(Desarrollo de campañas de promocion en redes sociales)** Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
12	Aplicar y hacer cumplir el reglamento del aprendiz y el manual de convivencia instaurado en la institución.	Se publica anuncio indicando la ruta para la visualización y socialización del manual de convivencia y el reglamento del aprendiz dentro del LMS - Territorium.	Pantallazo Anuncio de bienvenida con la ruta para la visualización del manual de convivencia y reglas de comportamiento. Incluidas en el informe contractual mensual que reposa en el SECOP II.
13	Apoyar procesos de Registro calificado para los programas de	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**,	No hay evidencia ya que la actividad no se

	educación superior del área temática objeto del presente contrato, cuando el centro lo requiera.	no se desarrolló actividad relacionada con esta obligación contractual.	desarrolló en el mes de **diciembre de 2022.**
14	Realizar seguimiento a los aprendices que ingresan a la etapa productiva en modalidad presencial, virtual y a distancia según la asignación y requerimientos del centro de formación.	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**, no se desarrolló actividad relacionada con esta obligación contractual.	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **diciembre de 2022.**
15	Participar en los procesos de autoevaluación de programas de formación presencial, virtual y a distancia en el Centro de Formación.	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**, no se desarrolló actividad relacionada con esta obligación contractual.	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **diciembre de 2022.**
16	Durante la ejecución del contrato, aplicar al proceso de certificación del componente pedagógico que el centro de formación oriente dirigido a Instructores.	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**, no se realiazo esta obligación	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **diciembre de 2022.**
17	Cargar y actualizar la información de las evidencias de la ejecución contractual mensual en los aplicativos definidos por Colombia Compra Eficiente, con la finalidad que la Entidad Estatal, pueda consultar su información en calidad de contratista, cuando así lo requiera.	Se cargó al aplicativo SECOP II los documentos solicitados por la entidad al momento de la adjudicación del contrato y se publica para el mes de **diciembre de 2022** el informe mensual de ejecución del contrato y el plan de pagos.	Estos documentos se encuentran publicados dentro del aplicativo SECOP II.
18	Las demás necesarias para el cabal cumplimiento del objeto contractual y el cumplimiento de metas del programa.	Durante el presente mes de **diciembre de 2022**, no se desarrolló actividad relacionada con esta obligación contractual.	No hay evidencia ya que la actividad no se desarrolló en el mes de **diciembre de 2022.**

A continuación relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN
1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No**. 9441533114** de la planilla, aportes en línea mes de **noviembre**. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Declaración bajo la gravedad de juramento.

Me permito declarar **bajo la gravedad de juramento** que durante el periodo objeto de cobro SI___NO X he suscrito otro u otros contratos con entidade(s) del Estado el (los) cual(es) se encuentra(n) en ejecución; la anterior declaración de acuerdo con lo establecido en el numeral 5º de la Directiva Presidencial No. 001 de 2022, a fin de identificar potenciales conflictos de interés y hacer la gestión del riesgos para la toma de decisiones dentro del principio de la debida diligencia frente a la ejecución de los contratos de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

Nota: En el evento de señalar **SI,** el análisis efectuado por el supervisor y ordenador de pago deberá quedar documentado y publicado en el SECOP II en los documentos relacionados en el archivo Gestión Contractual GC_ del periodo objeto de cobro.

Evidencias en 28 folios

Cordialmente,

SANDRA MILENA SAENZ BARRERO
Contratista
C.C. No. 65.707.007 DEL ESPINAL

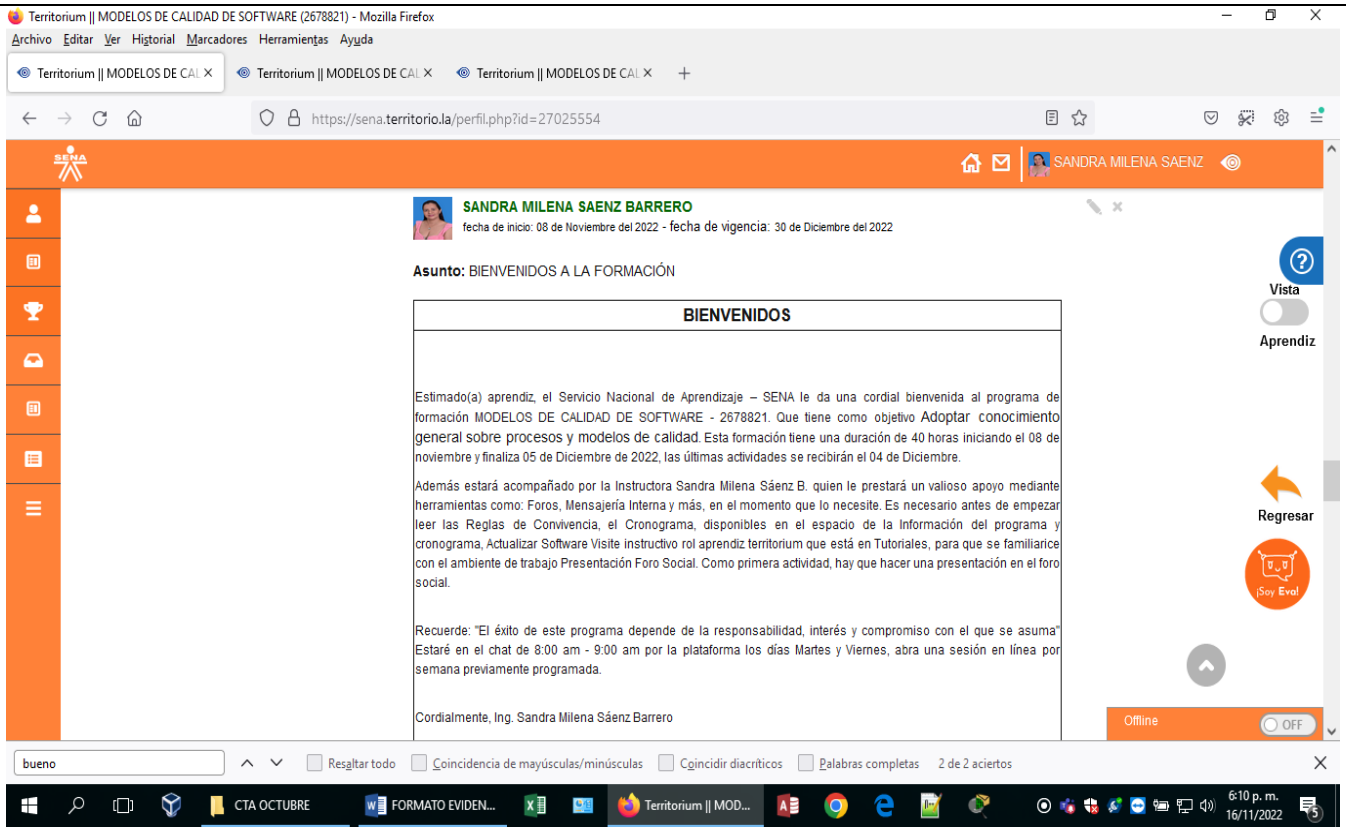
Recibí a satisfacción:

Firma

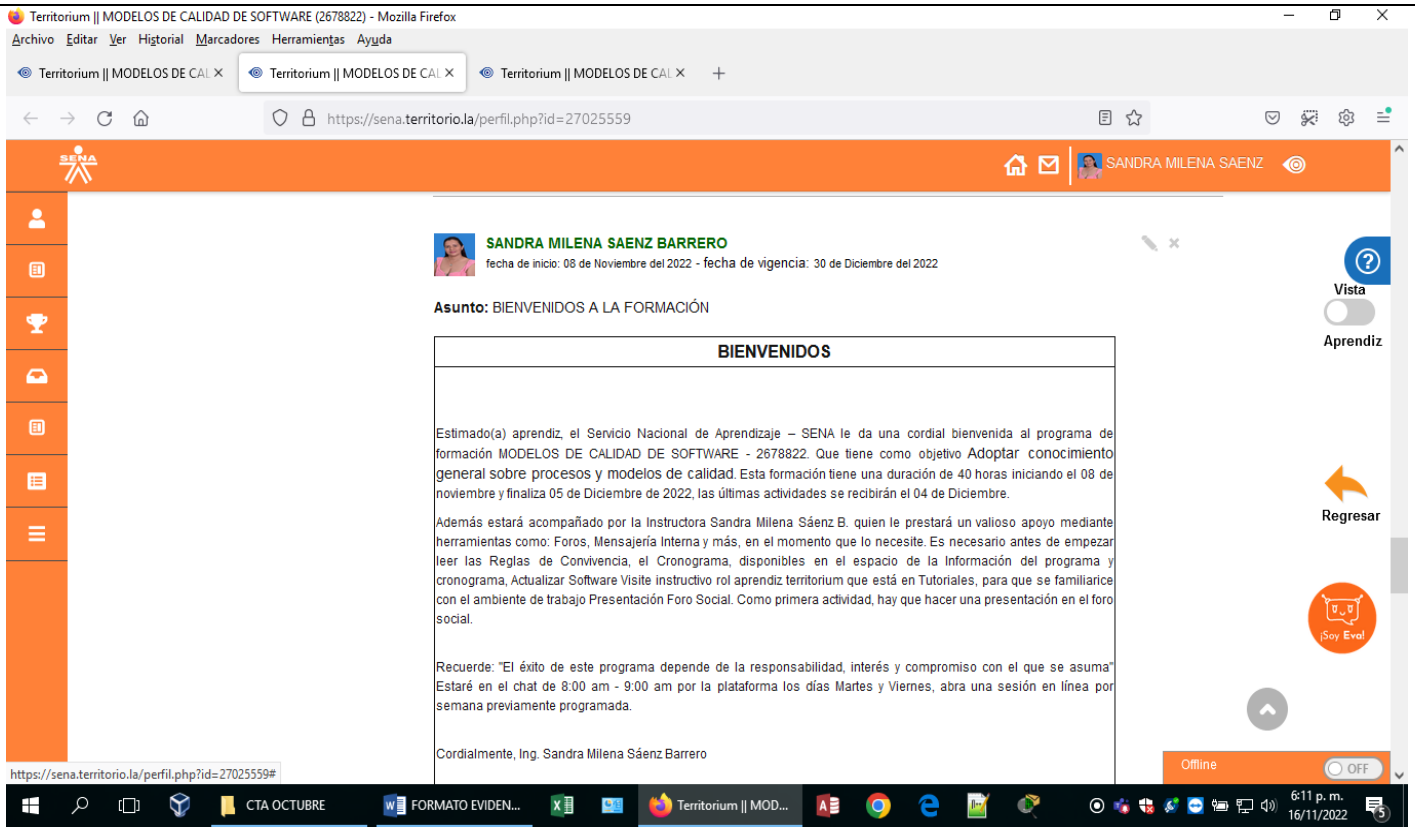
ANDRES JOSUE PIÑEROS HERNANDEZ
Supervisor(a) Contrato 3381523 de 2022
Coordinador Académico

ALISTAMIENTO DE CURSOS

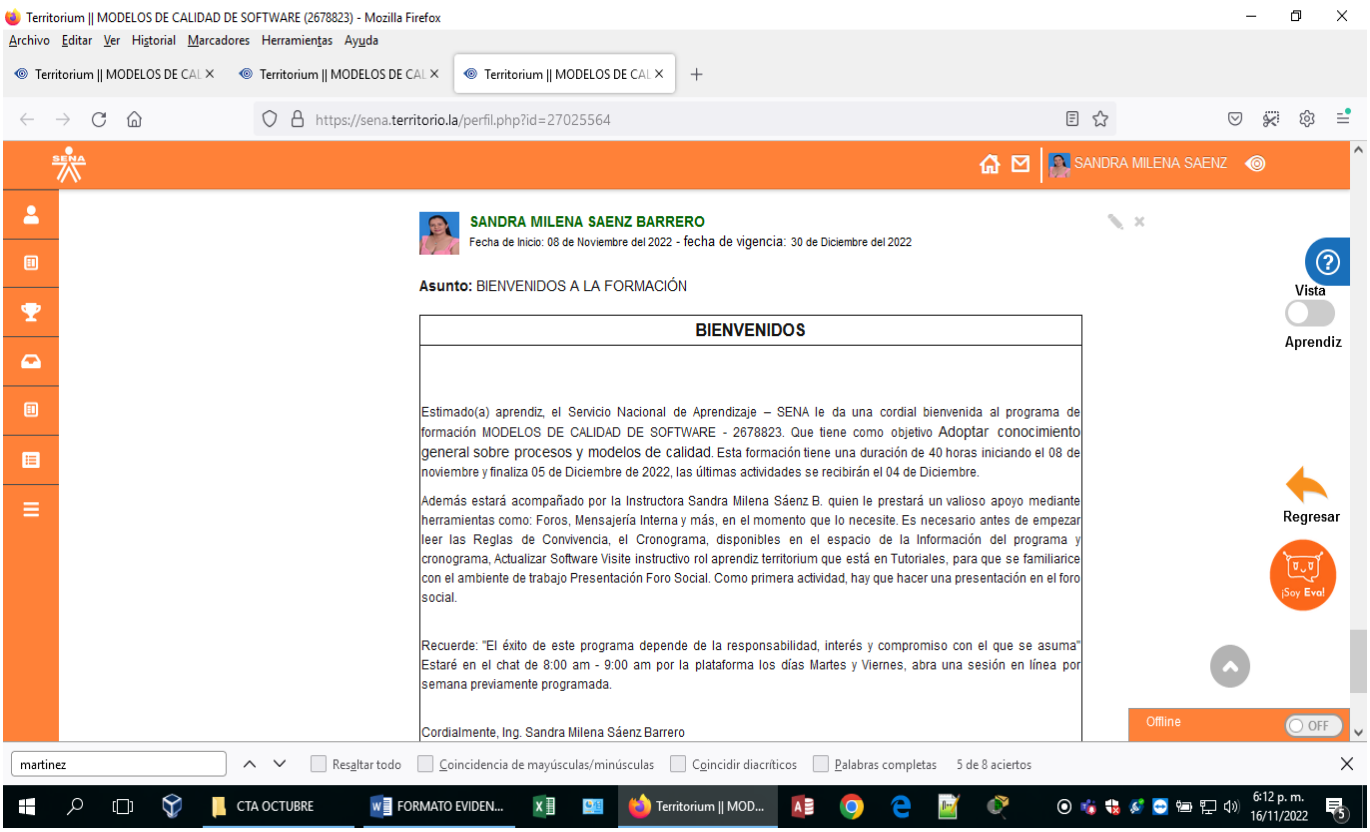
CURSO 1 COMPLEMENTARIA - ANUNCIO FICHA ID 2678821



CURSO 2 COMPLEMENTARIA - ANUNCIOS FICHA ID 2678822



CURSO 3 COMPLEMENTARIA - ANUNCIOS FICHA ID 2678823



CURSO 4 COMPLEMENTARIA – GUIA DE APRENDIZAJE ID 2690783



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** *Marketing* Digital.
- **Código del programa de formación:** 62360004
- **Nombre del proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Fase del proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Actividad de proyecto (si es formación Titulada):** N/A
- **Competencia:** 260101055. Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.
- **Resultados de aprendizaje alcanzar:**
  - **260101055-1 -** Formular plan de *marketing* digital teniendo en cuenta segmento de mercado.
  - **260101055-2 -** Establecer métricas teniendo en cuenta plan de *marketing* digital.
- **Duración de la guía:** 48 horas.

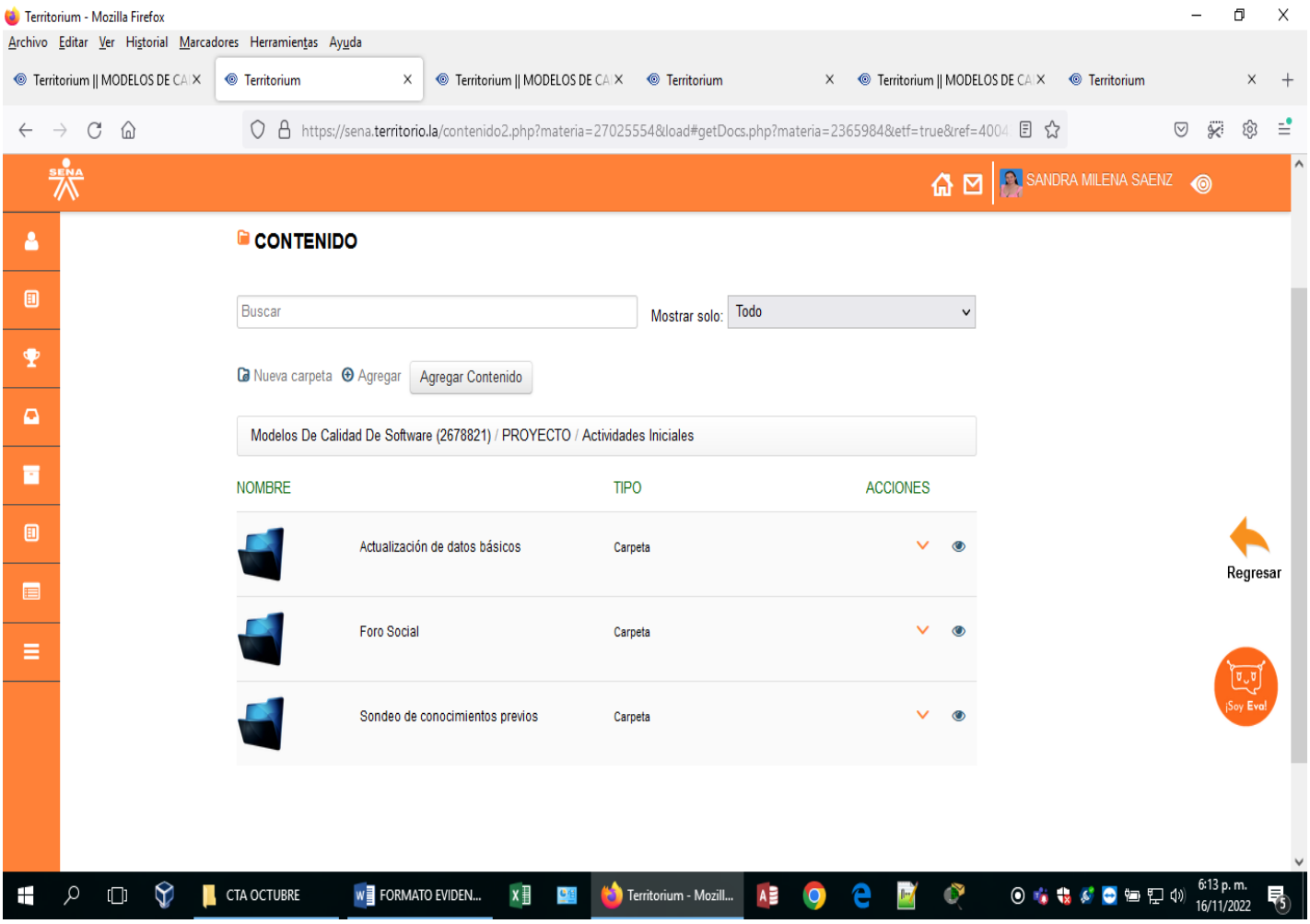
CURSO 5 COMPLEMENTARIA –GUIA DE APRENDIZAJE ID 2690786

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

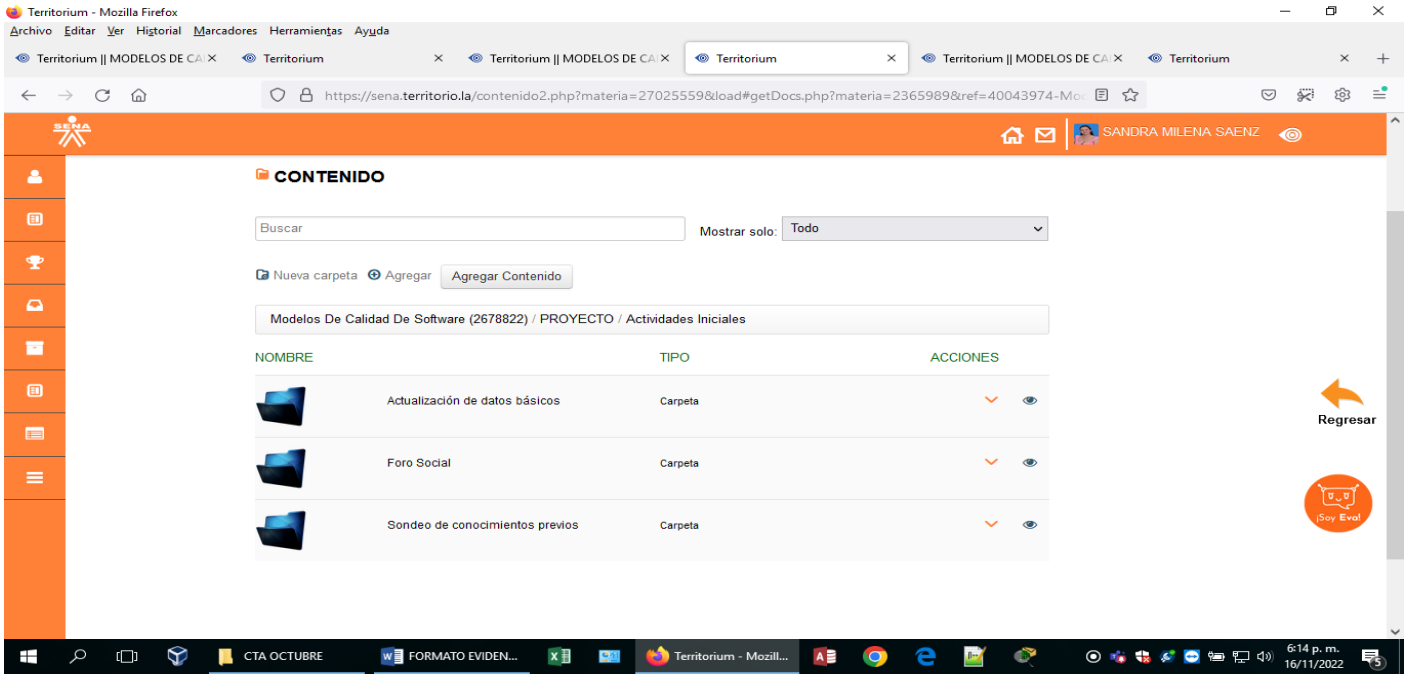
1. **IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE**

- **Denominación del Programa de Formación**: DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES.
- **Código del Programa de Formación:** 62360001
- **Competencia: 260101047.** Realizar las ventas de productos y servicios de acuerdo con las necesidades de los clientes y objetivos del plan de mercadeo.
- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar. 260101047-01:** Identificar las características de los clientes, tipos de negociación, mejoras en producto o servicio, según segmentación y mercado objetivo de la organización.
- **Duración de la Guía:** 48 horas.

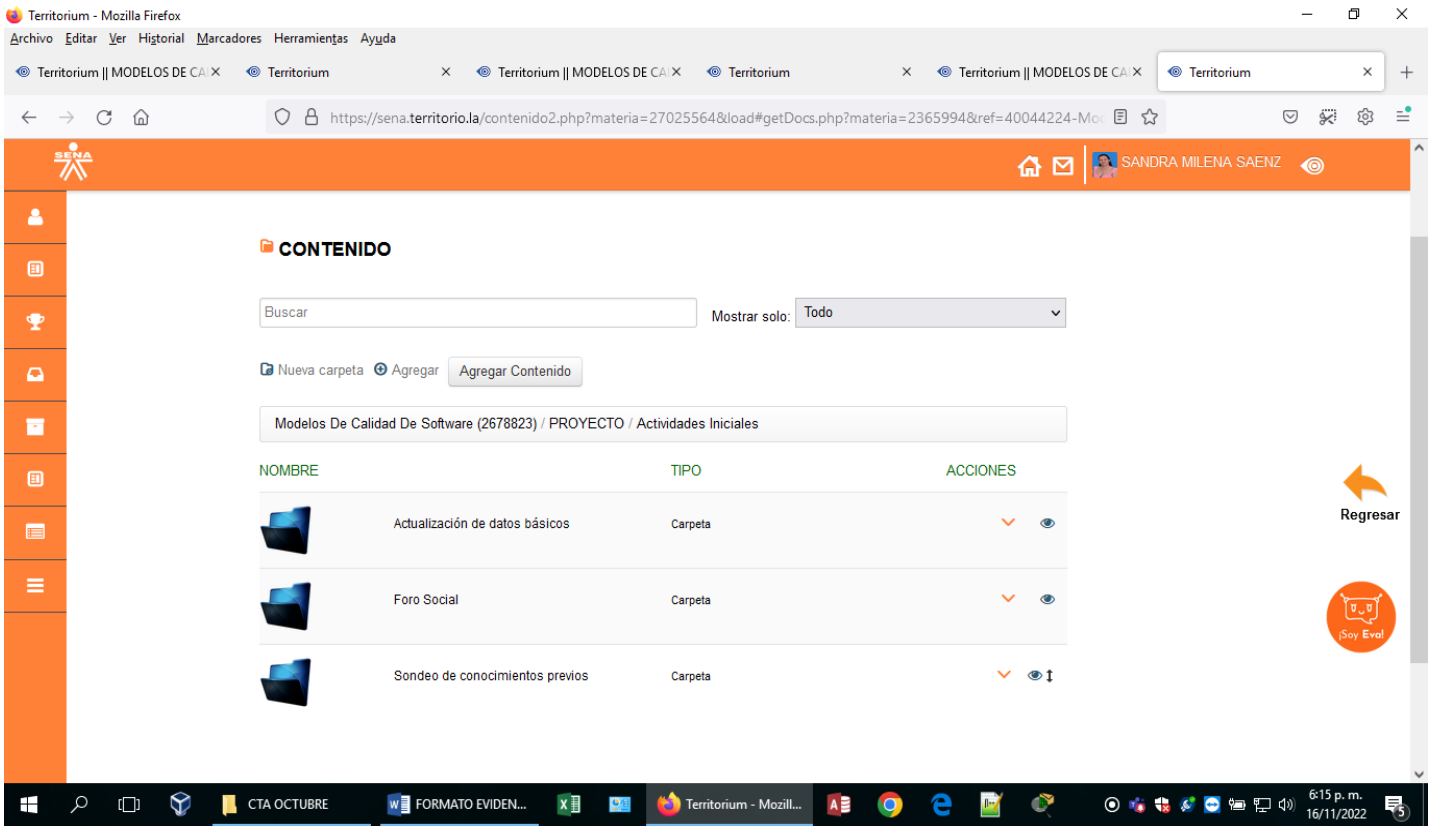
- ## *CURSO 1 COMPLEMENTARIA – SONDEO DE CONOCIMIENTOS PREVIOS FICHA ID 2678821*



- ***CURSO 2 COMPLEMENTARIA – SONDEO DE CONOCIMIENTOS PREVIOS FICHA ID 2678822***



- ***CURSO 3 COMPLEMENTARIA – SONDEO DE CONOCIMIENTOS PREVIOS FICHA ID 2678823***



- ***CURSO 4 COMPLEMENTARIA – SONDEO DE CONOCIMIENTOS PREVIOS FICHA ID 2690783***



Conocimientos de un Director de Marketing Online

Marketing de Contenidos: necesita conocer los requisitos esenciales de un buen contenido enfocado a la venta, persuasión, educación. No será quién redacte los contenidos, pero debe tener juicio crítico para reconocer qué tipo de contenido es correcto y funciona según los objetivos de su compañía.

Marketing de Afiliación: define el presupuesto para este tipo de acciones. Revisa cómo evolucionan las campañas. No necesita saber los códigos que se entregan a los afiliados, para eso tiene a IT.

Inbound Marketing: conoce cómo convertir la web en una máquina de captar leads y convertirlos en clientes. Sabe qué herramientas de Inbound utiliza la empresa. Controlar la inversión en la estrategia de inbound Marketing y sus resultados.

Publicidad Online: prepara el *briefing* que se entrega a la agencia de publicidad programática. Hace el seguimiento de los resultados.

Social Media: analiza con su Community Manager la evolución del plan Social Media. Conoce cómo definir junto a éste la estrategia a seguir para conseguir los objetivos de negocio.

Usabilidad y Diseño Web: nadie entiende mejor a las audiencias que el director de Marketing Online. Debe saber qué esperan los usuarios de la experiencia de compra y navegación en la web corporativa. Además está atento para que en la práctica lo consigan

- ***CURSO 5 COMPLEMENTARIA – SONDEO DE CONOCIMIENTOS PREVIOS FICHA ID 2690786***



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

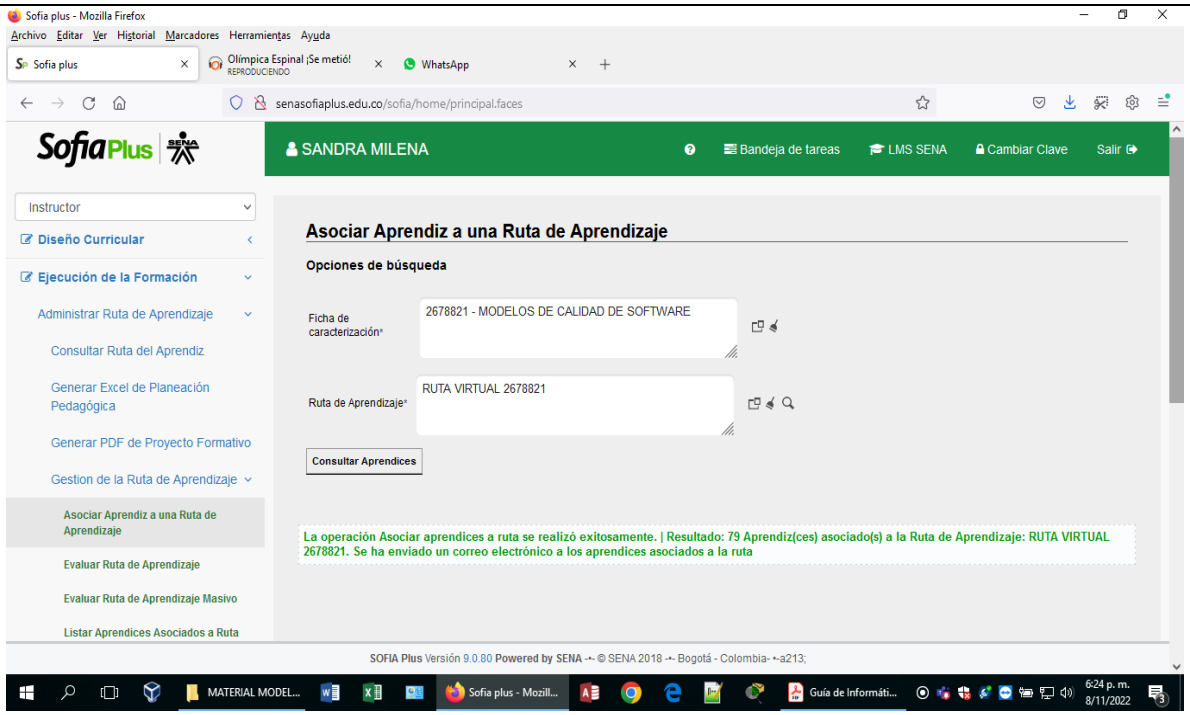
3.1. Descripción de la(s) actividad(es):

3.1.1. Actividades de reflexión Inicial.

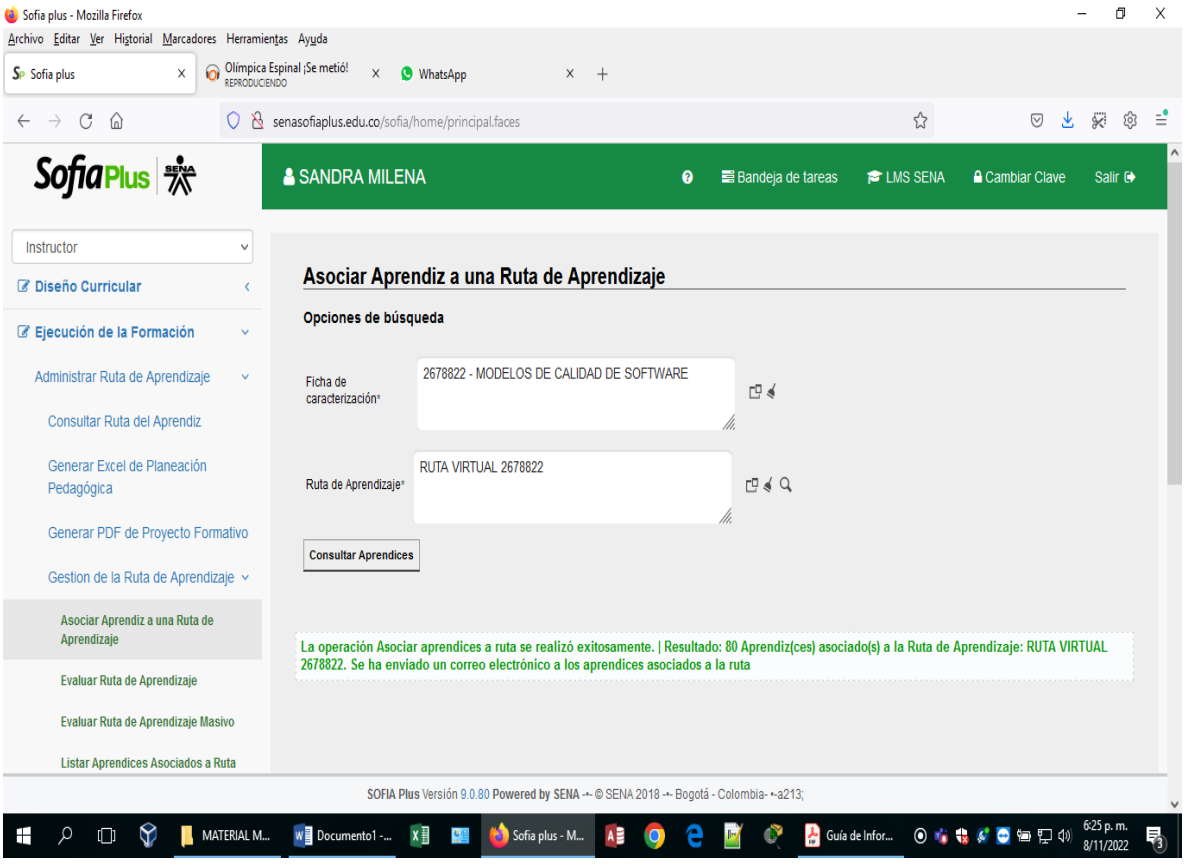
Expertos gurús de internet y medios de comunicación constantemente señalan que los negocios del fututo estarán basados o apoyados en internet, que las economías de escala son muy atractivas y que manejar negocios globales es posible con la red. Todo esto es cierto, pero en el imaginario de empresarios y emprendedores con ganas de llevar sus compañías a la web y vender en línea no hay mayores riesgos y con frecuencia inician sus proyectos sin la preparación suficiente. Dinero (2013)

- ¿Cree usted que es necesario realizar una investigación previa, para saber si la tienda on line tendrá la demanda esperada de acuerdo con la información allí suministrada?

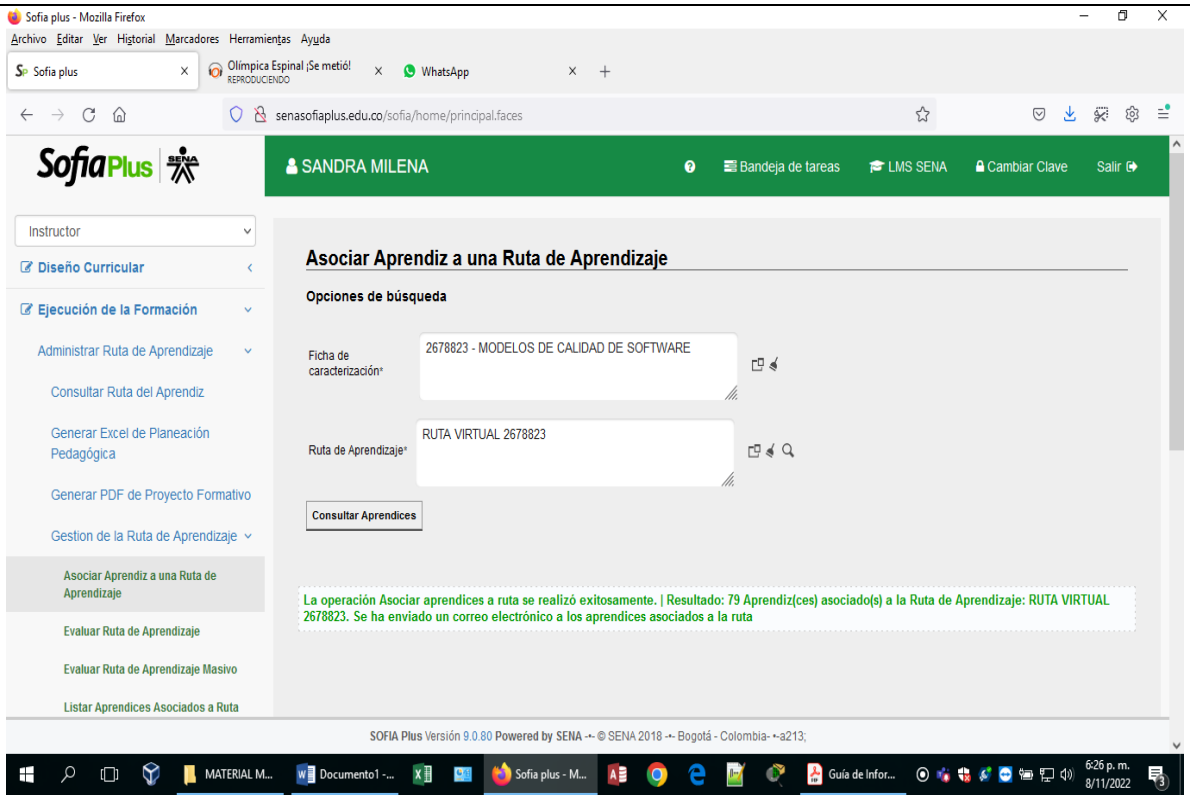
CURSO 1 COMPLEMENTARIA - ASOCIACIÓN RUTAS DE APRENDIZAJE FICHA ID 2678821



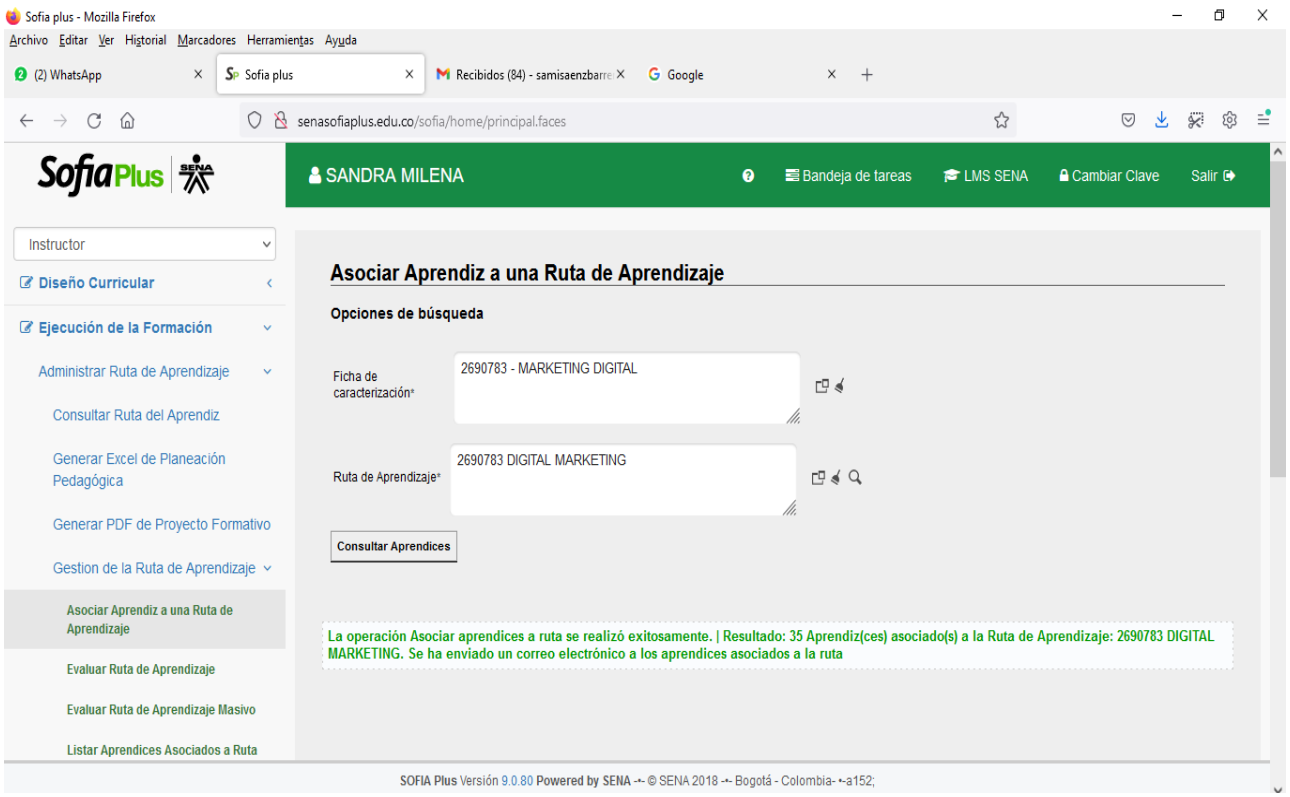
CURSO 2 COMPLEMENTARIA - ASOCIACIÓN RUTAS DE APRENDIZAJE FICHA ID 2678822



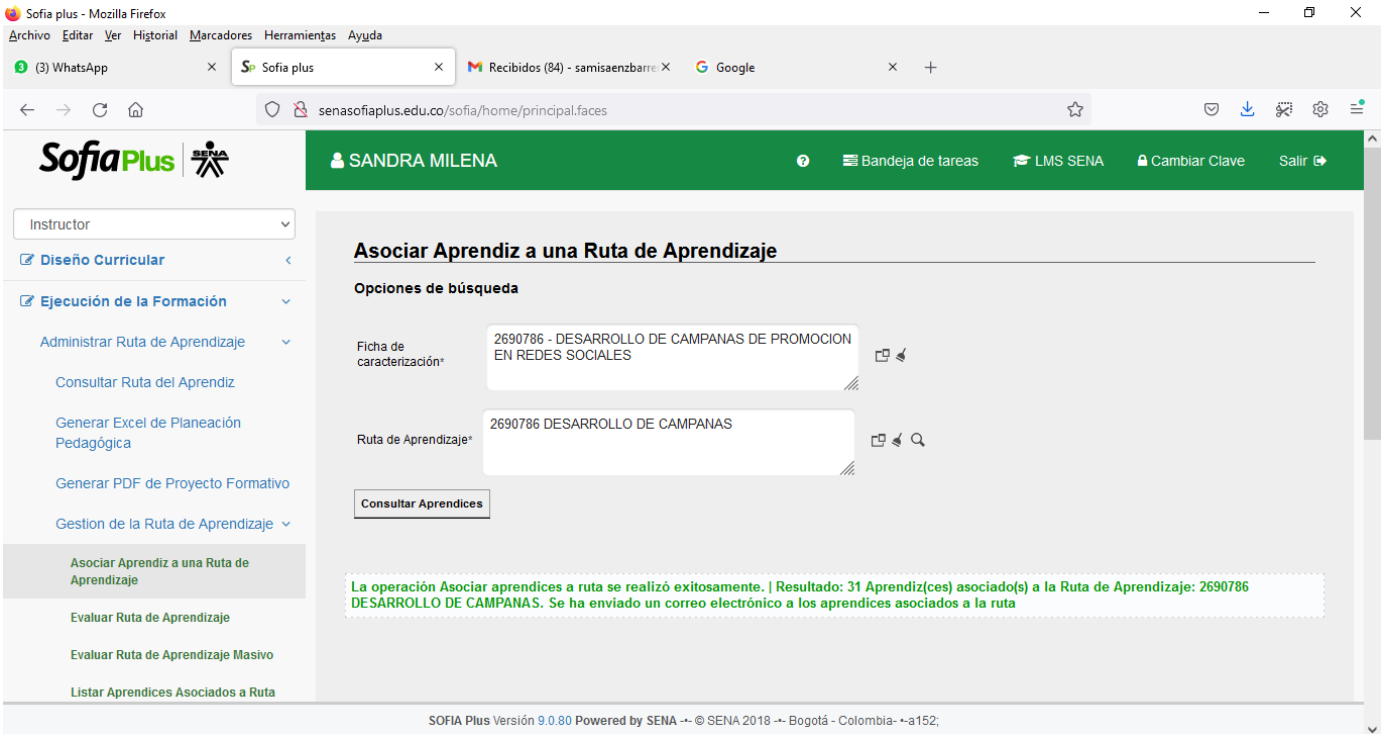
CURSO 3 COMPLEMENTARIA - ASOCIACIÓN RUTAS DE APRENDIZAJE FICHA ID 2678823



CURSO 4 COMPLEMENTARIA - ASOCIACIÓN RUTAS DE APRENDIZAJE FICHA ID 2690783

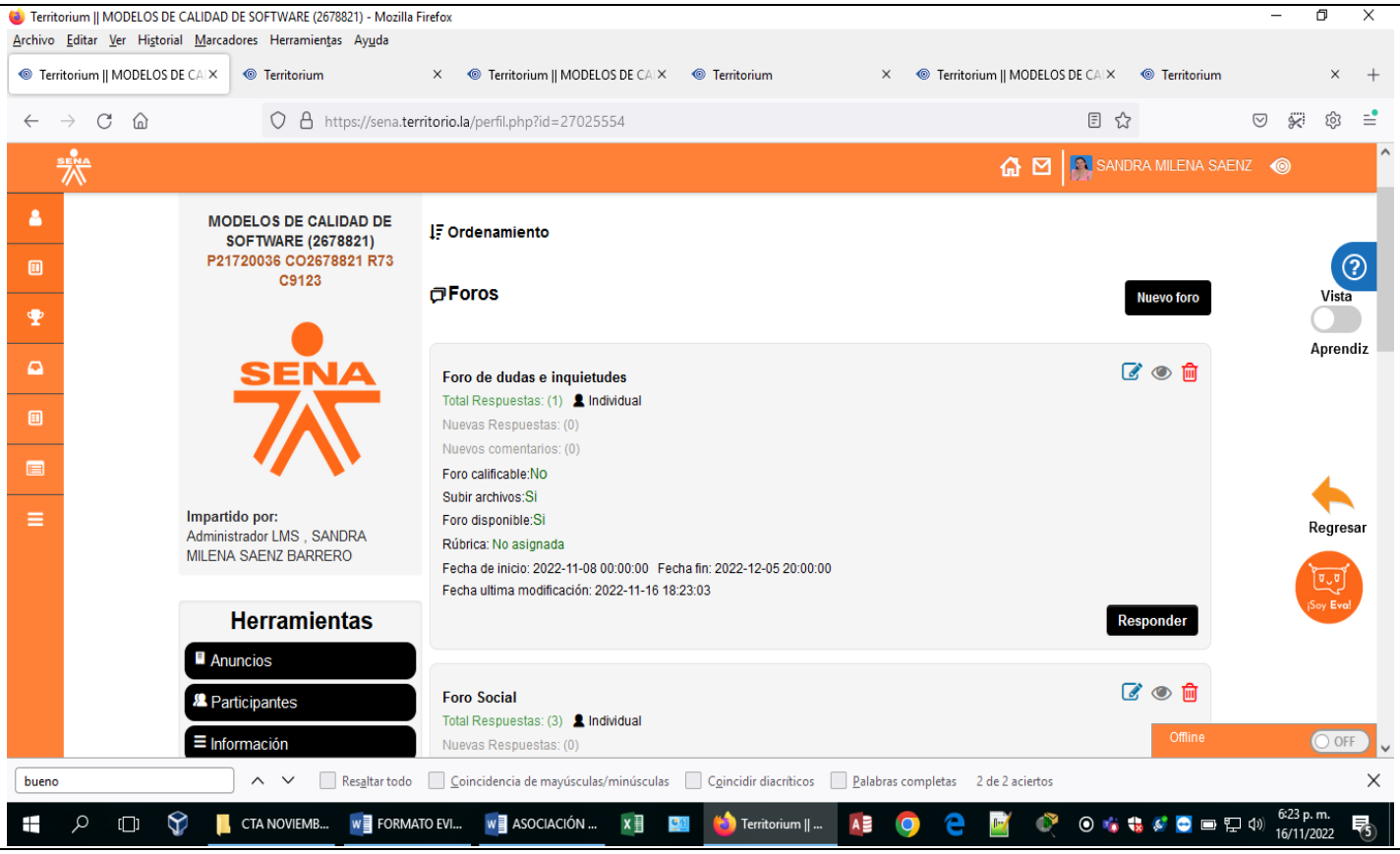


CURSO 5 COMPLEMENTARIA - ASOCIACIÓN RUTAS DE APRENDIZAJE FICHA ID 2690786

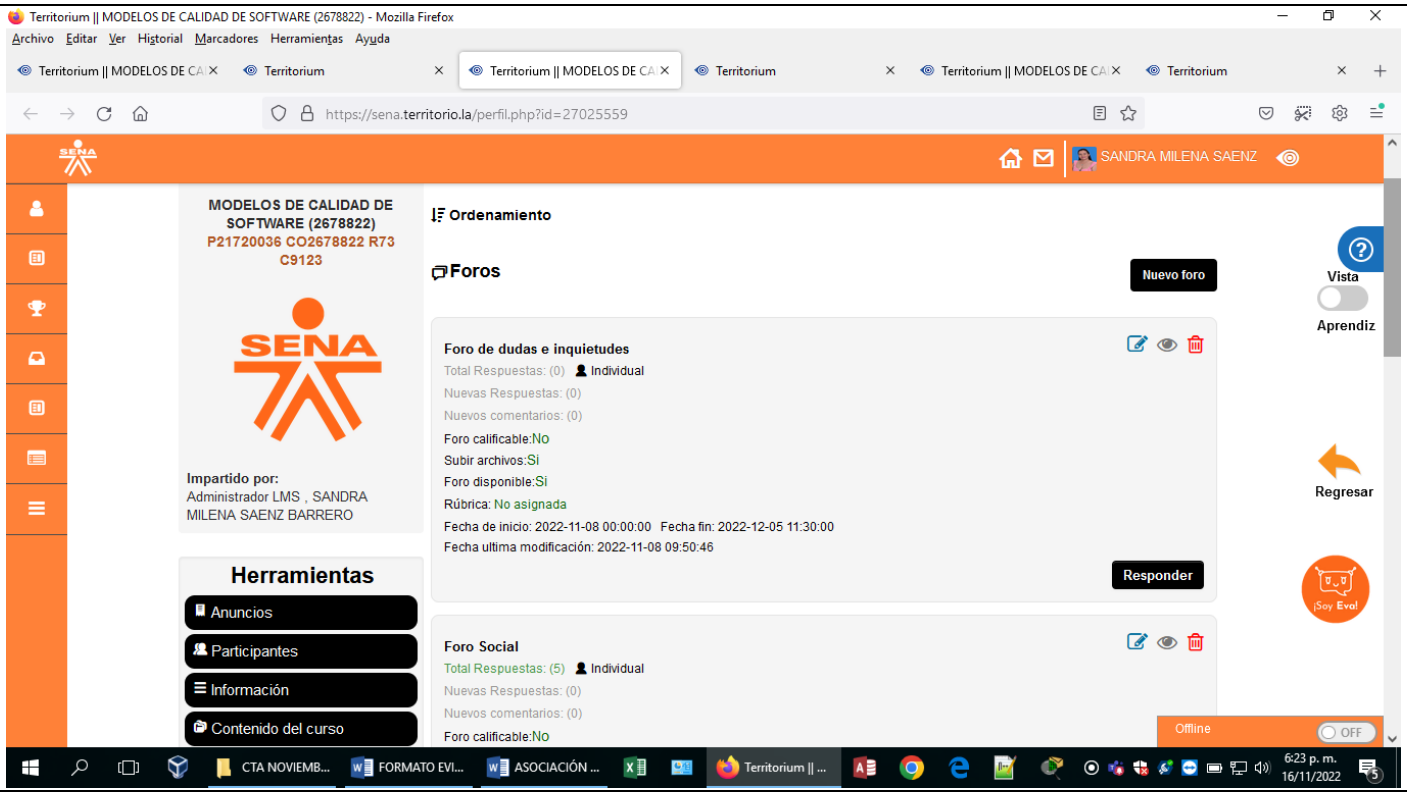


FASE DE EJECUCIÓN

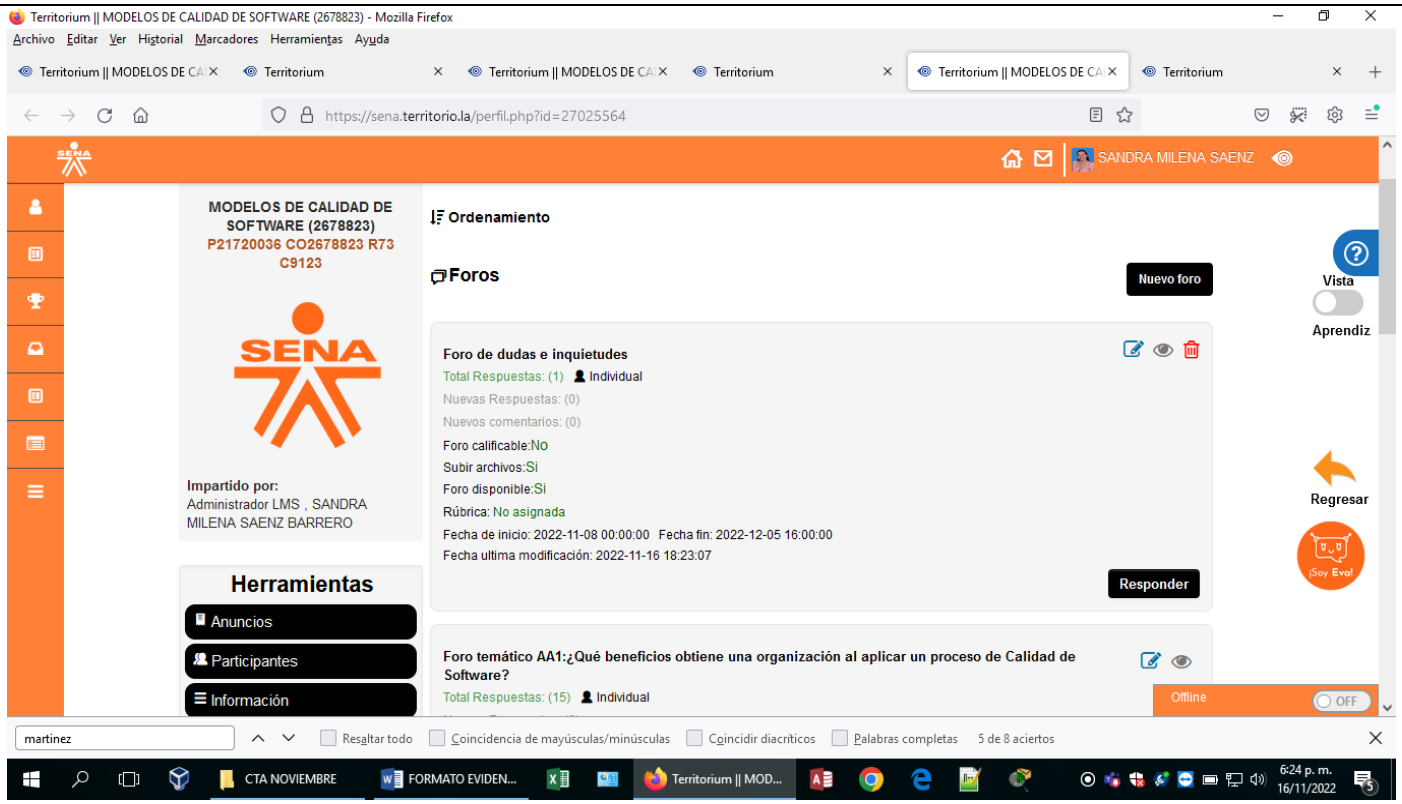
CURSO 1 COMPLEMENTARIA - FOROS FICHA ID 2678821



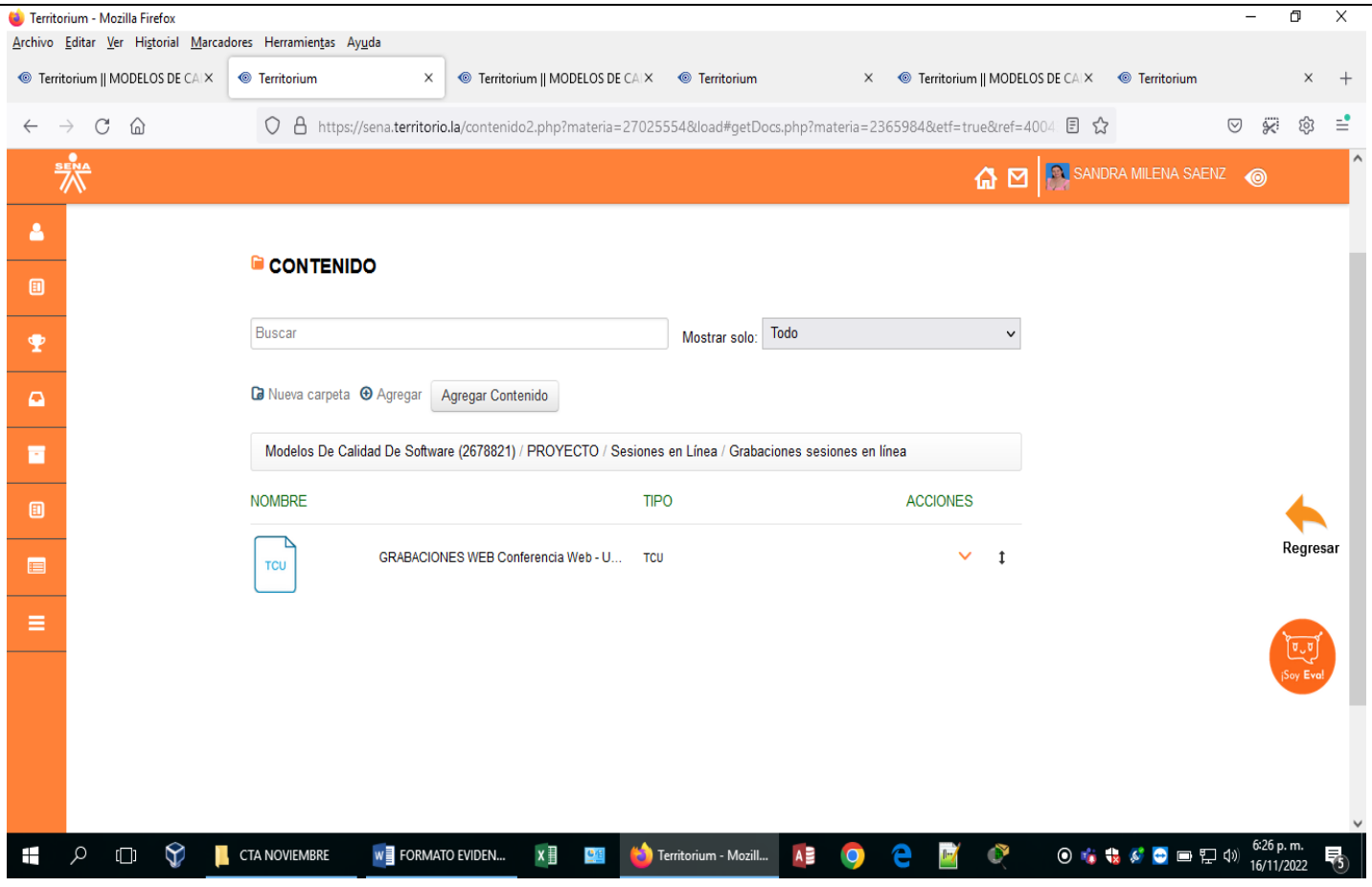
CURSO 2 COMPLEMENTARIA - FOROS FICHA ID 2678822



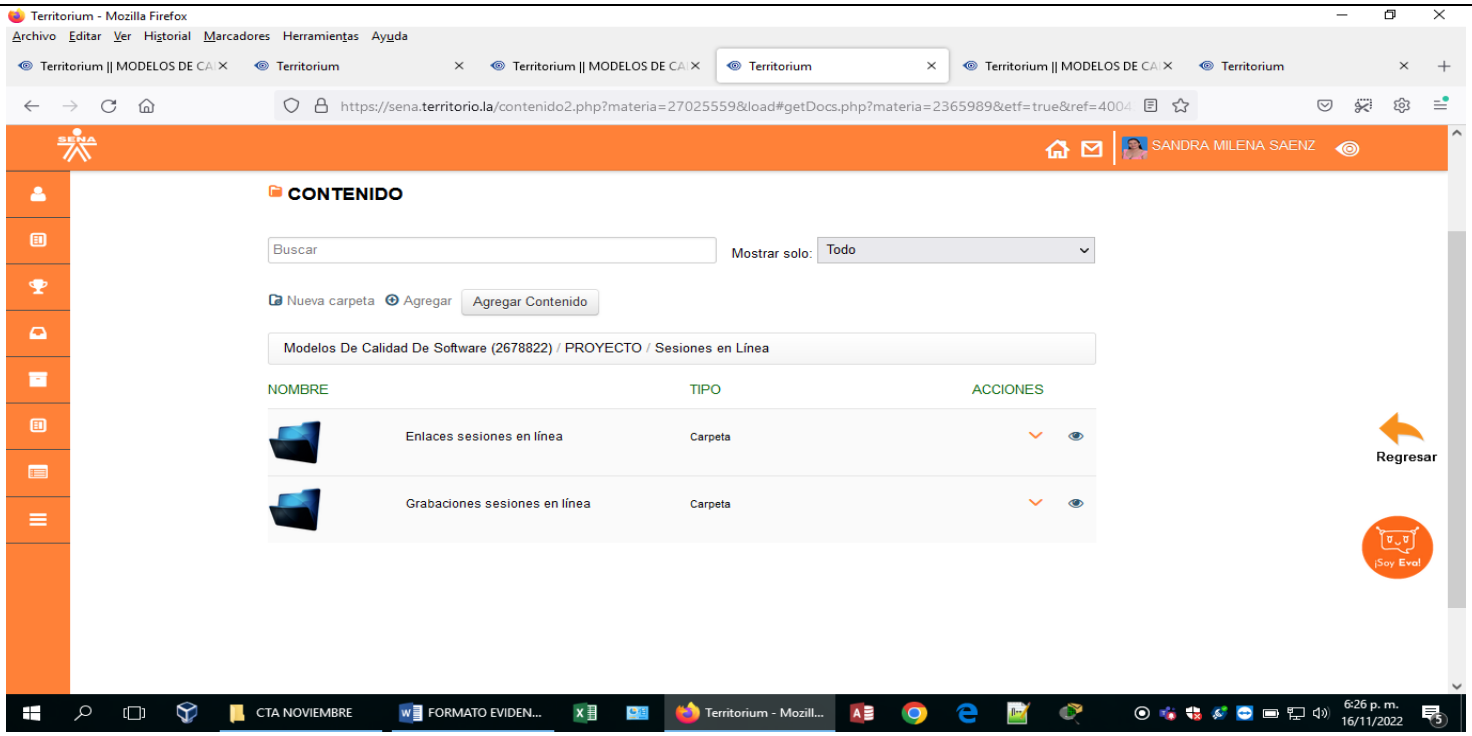
CURSO 3 COMPLEMENTARIA - FORO FICHA ID 2678823



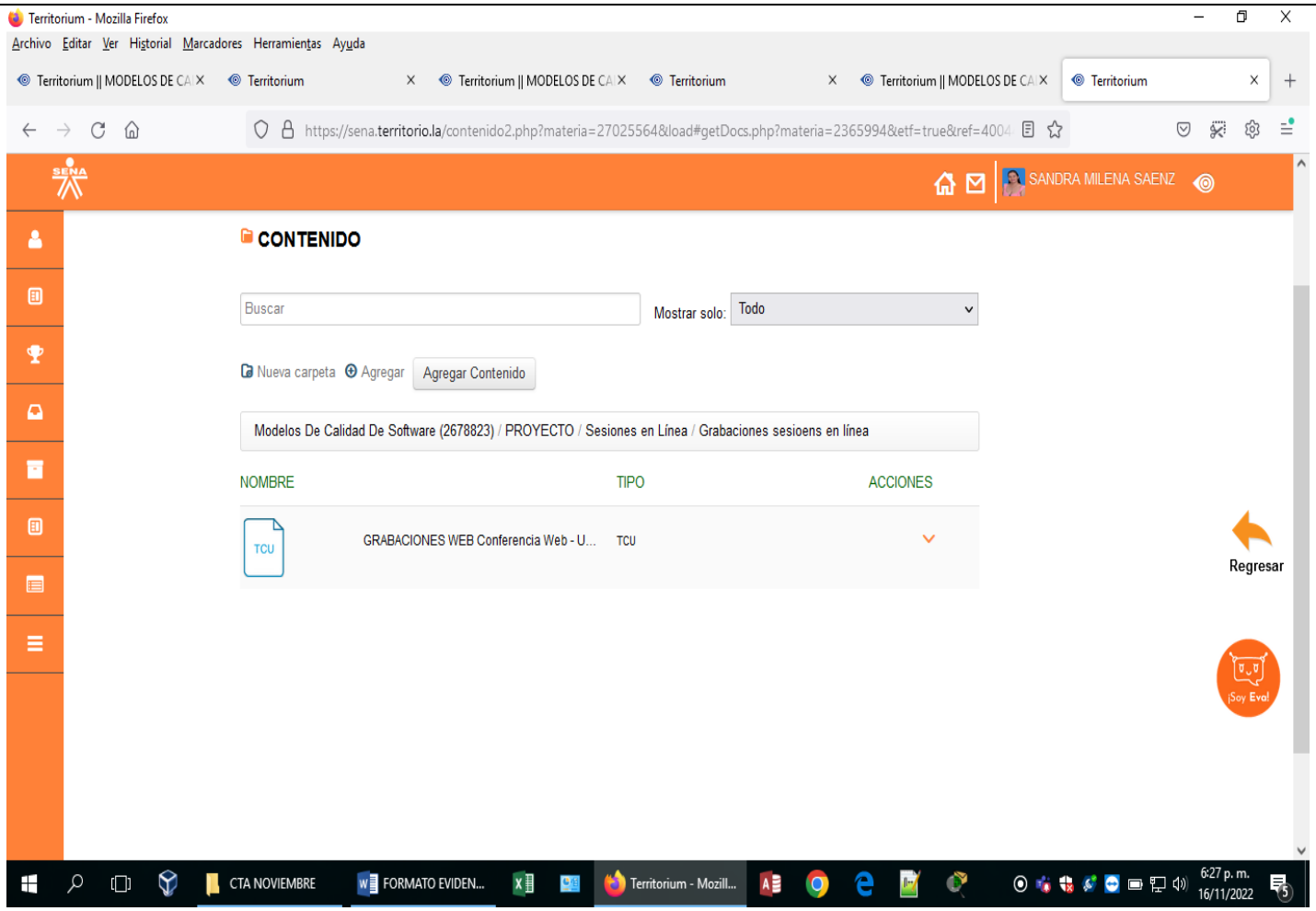
- ## *CURSO 1 COMPLEMENTARIA – GRABACIONES EN LÍNEA FICHA ID 2678821*



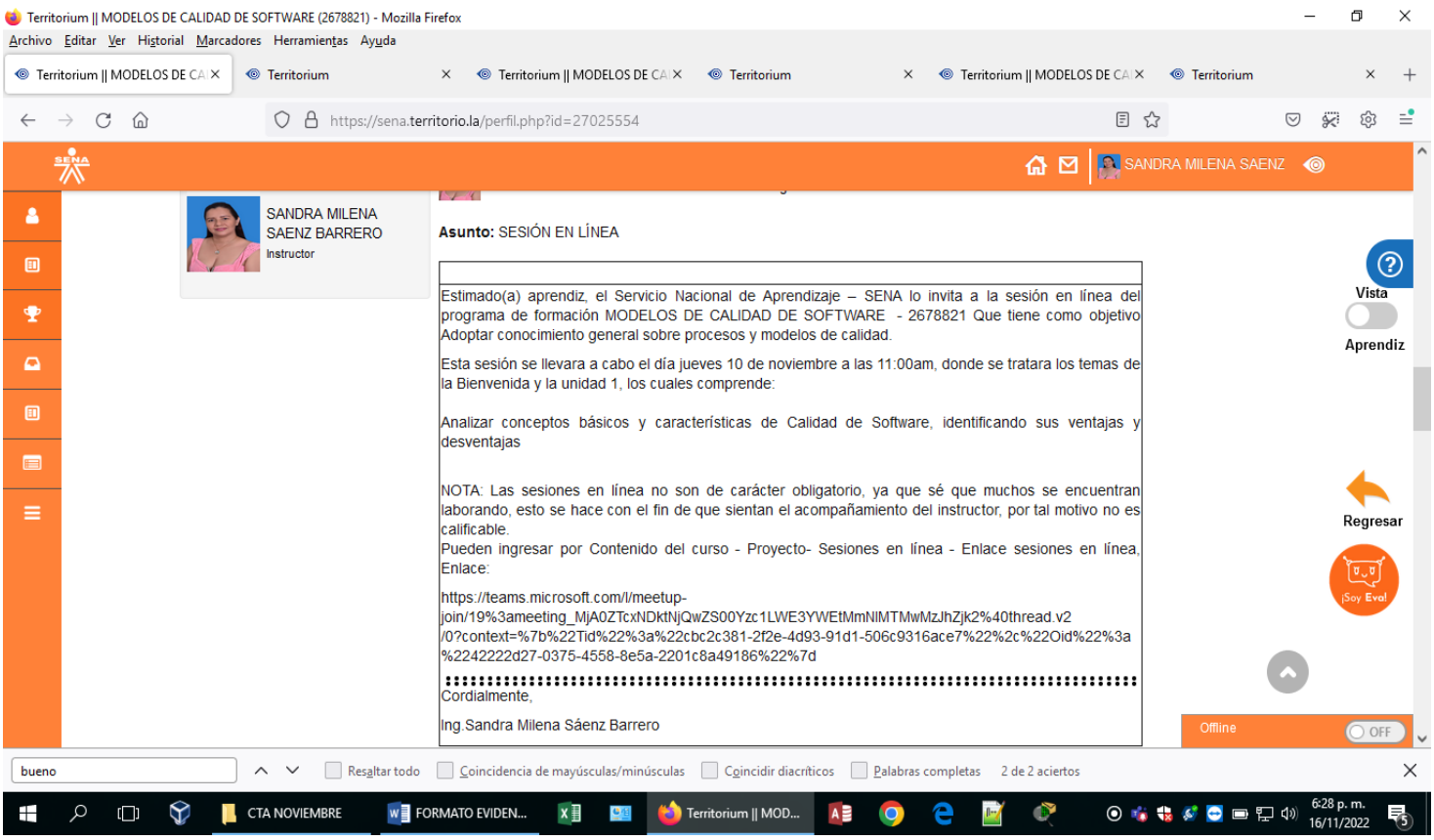
CURSO 2 COMPLEMENTARIA – GRABACIONES EN LÍNEA FICHA ID 2678822



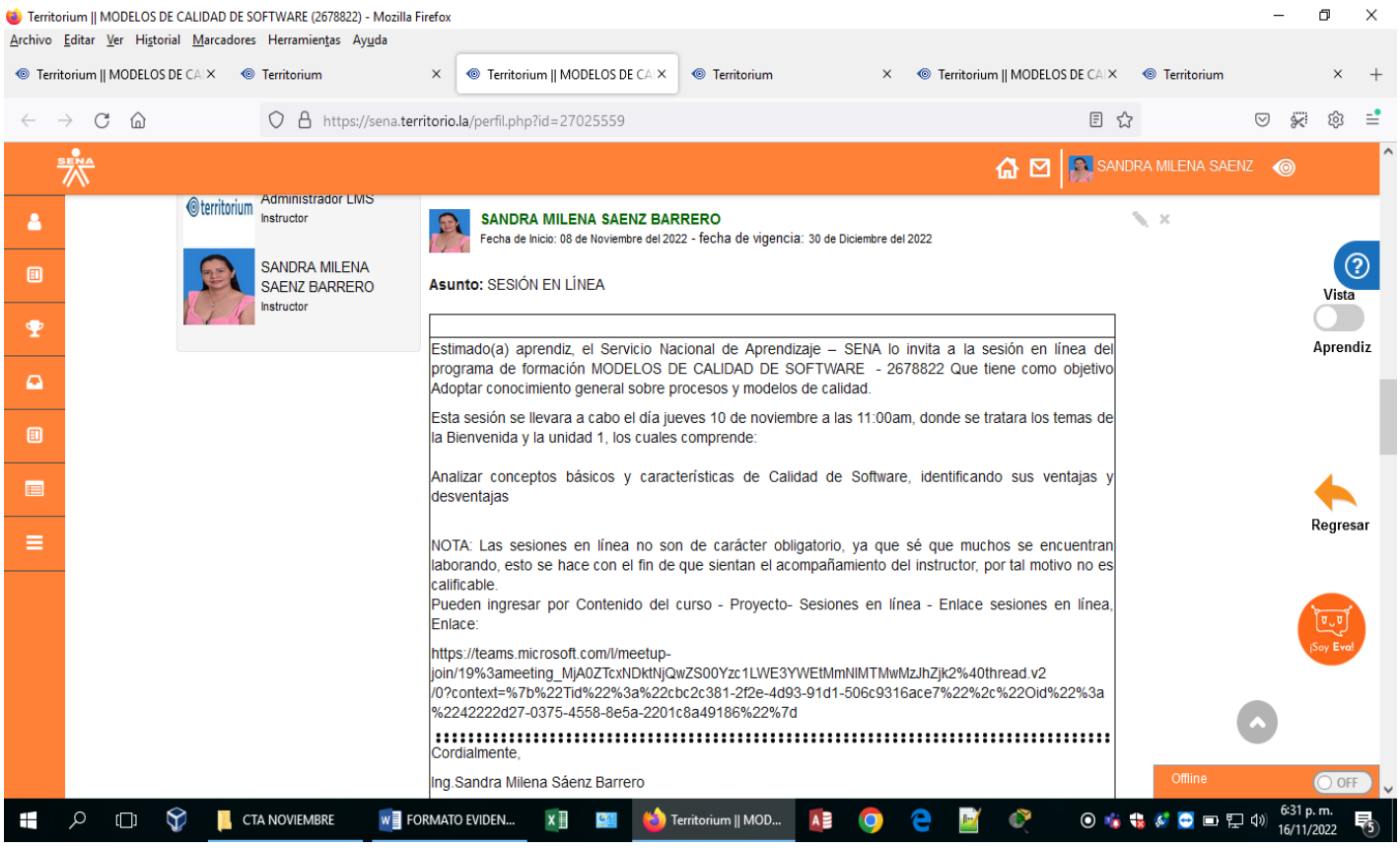
- ***CURSO 3 COMPLEMENTARIA – GRABACIONES EN LÍNEA FICHA ID 2678823***



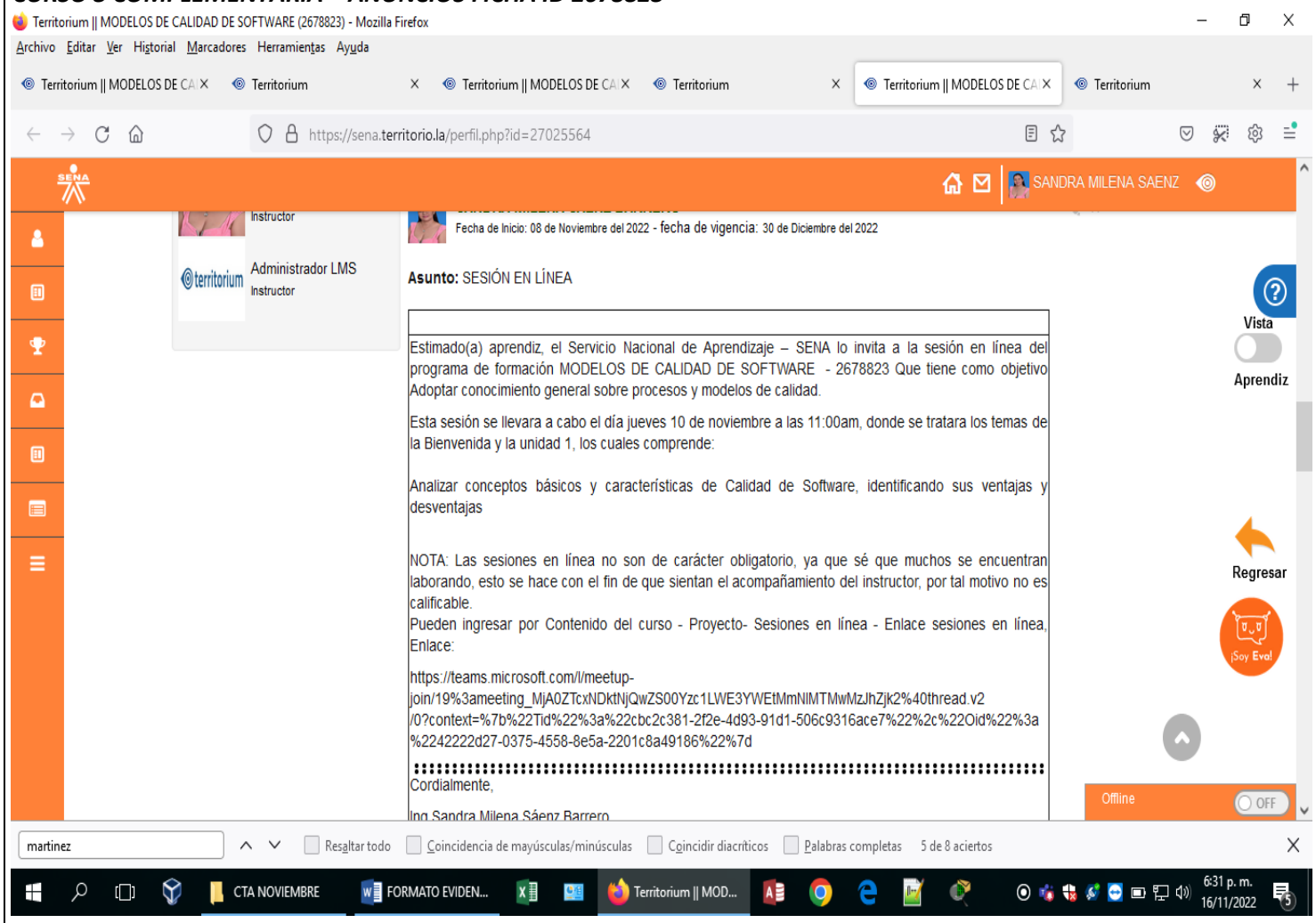
CURSO 1 COMPLEMENTARIA – ANUNCIOS FICHA ID 2678821



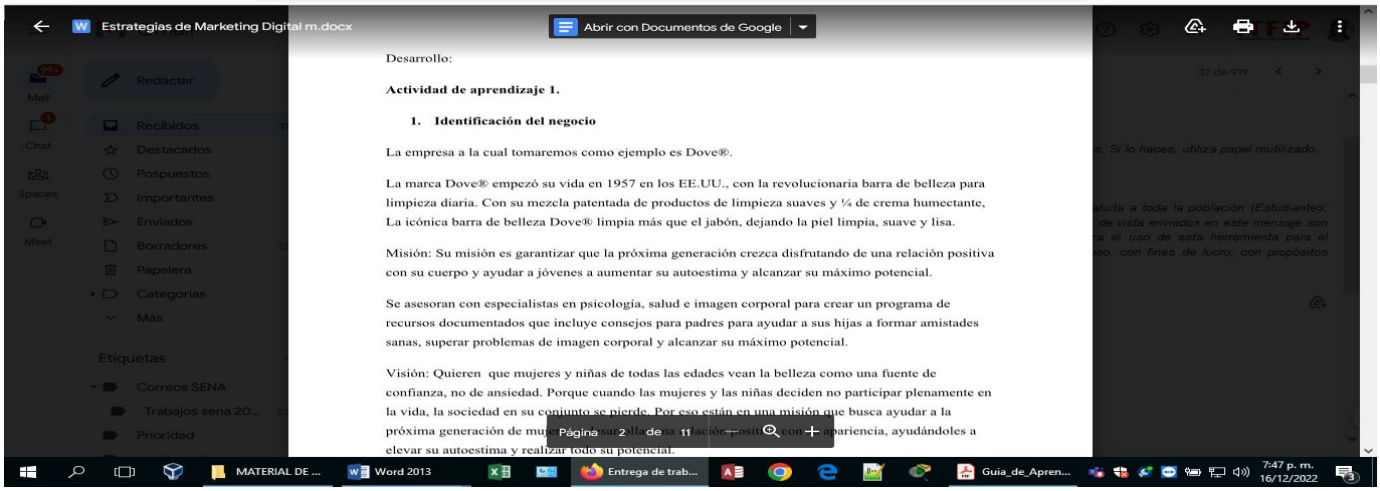
CURSO 2 COMPLEMENTARIA – ANUNCIOS FICHA ID 2678822



CURSO 3 COMPLEMENTARIA – ANUNCIOS FICHA ID 2678823



TALLERES Y DEMAS EVIDENCIAS DE FICHA 2690783



https://mail.google.com/mail/u/1/?ogbl#inbox?projector=1

La empresa se encuentra en un punto en el cual tiene que reducir su ganancia para evitar perder clientes y competir con las empresas que surgen con unos precios bajos

3. Plan de marketing digital

Objetivos:

Aumentar la productividad de la empresa con estrategias de marketing digital. Hacer Visible y Apetecible creando tus propias estrategias de marketing y publicidad digital.

Generar una imagen de marca.

Darte a conocer como empresa.

Estrategias competitivas:

Ofrecer productos de fácil adquisición sin que haya pérdidas teniendo en cuenta los diferentes proveedores.

Ofrecer productos únicos para que los clientes quieran adquirirlos a pesar de tener un precio elevado teniendo una variedad de precios.

Tener variedad de productos para poder atraer a clientes de todos los géneros y edades.

Estrategias de ventas y promoción:

Una estrategia para las ventas sería regalos promocionales que son muy efectivos a la hora de motivar a los clientes de adquirir un producto generando más ventas y interactuando con los clientes

https://mail.google.com/mail/u/1/?ogbl#inbox?projector=1

Estrategias de Marketing Digital m.docx

Abrir con Documentos de Google

Cuidado del cabello (Cham

Productos de cuidado facial

Dove® cuenta con unas redes sociales y un sitio web que dan apoyo al usuario sobre la gran variedad de productos que se encuentran en ella.

2. Análisis del entorno

Consta con un entorno en el cual el cliente obtiene la mayor calidad del producto. Tiene una política de aprovisionamiento responsable y código de agricultura sostenible significa que trabaja únicamente con proveedores que mantienen los mismos estándares elevados que se imponen a ellos mismos desde los derechos para los trabajadores hasta los de protección de tierras. Quieren tener el mejor impacto posible, tanto sobre el medio ambiente de donde se obtienen las provisiones para sus productos, como sobre las personas que proporcionan esas provisiones.

Dove se distribuyó a más de 80 países del mundo y sus clientes son más de 120 millones de personas. Sus principales competencias en el mercado son Aveda, Neutrogena, Clinique y Maybelline. Tiene gran variedad de proveedores en diferentes partes del mundo.

Debilidades

Página 3 de 11

MATERIAL DE ... Word 2013 Recibidos (114)... Guia_de_Apren... 7:48 p. m. 16/12/2022

EVALUACIONES





Comenzado el	miércoles, 29 de abril de 2020, 20:58
Estado	Finalizado
Finalizado en	miércoles, 29 de abril de 2020, 21:28
Tiempo empleado	30 minutos 3 segundos
Puntos	10,0/10,0
Calificación	40,0 de 40,0 (100%)

Pregunta 1

Correcta
Puntúa 1,0 sobre 1,0

Marcar pregunta

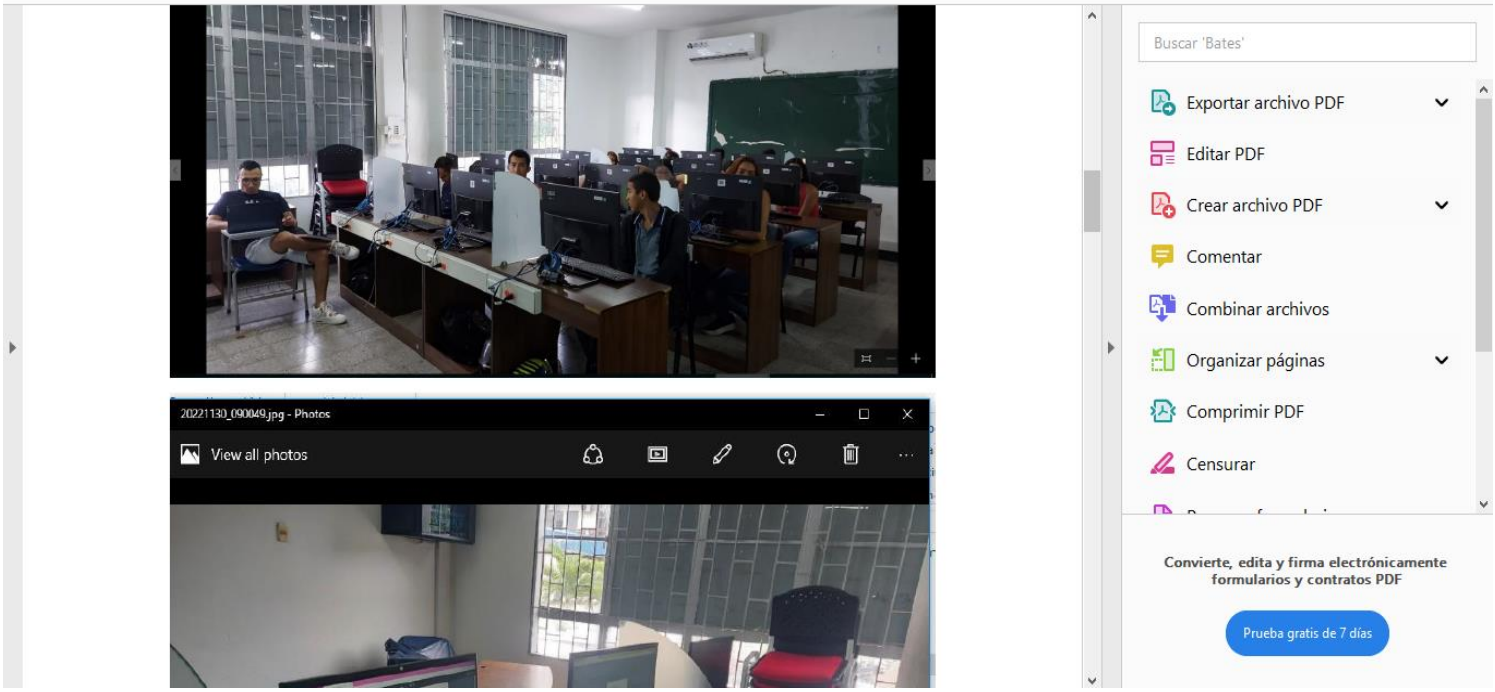
Enunciado de la pregunta

El _____ como una extensión de la auditoría financiera de la empresa, y nada más lejos de la realidad, porque el Marketing, tiene herramientas propias que son las que marcan el camino a seguir en el negocio.

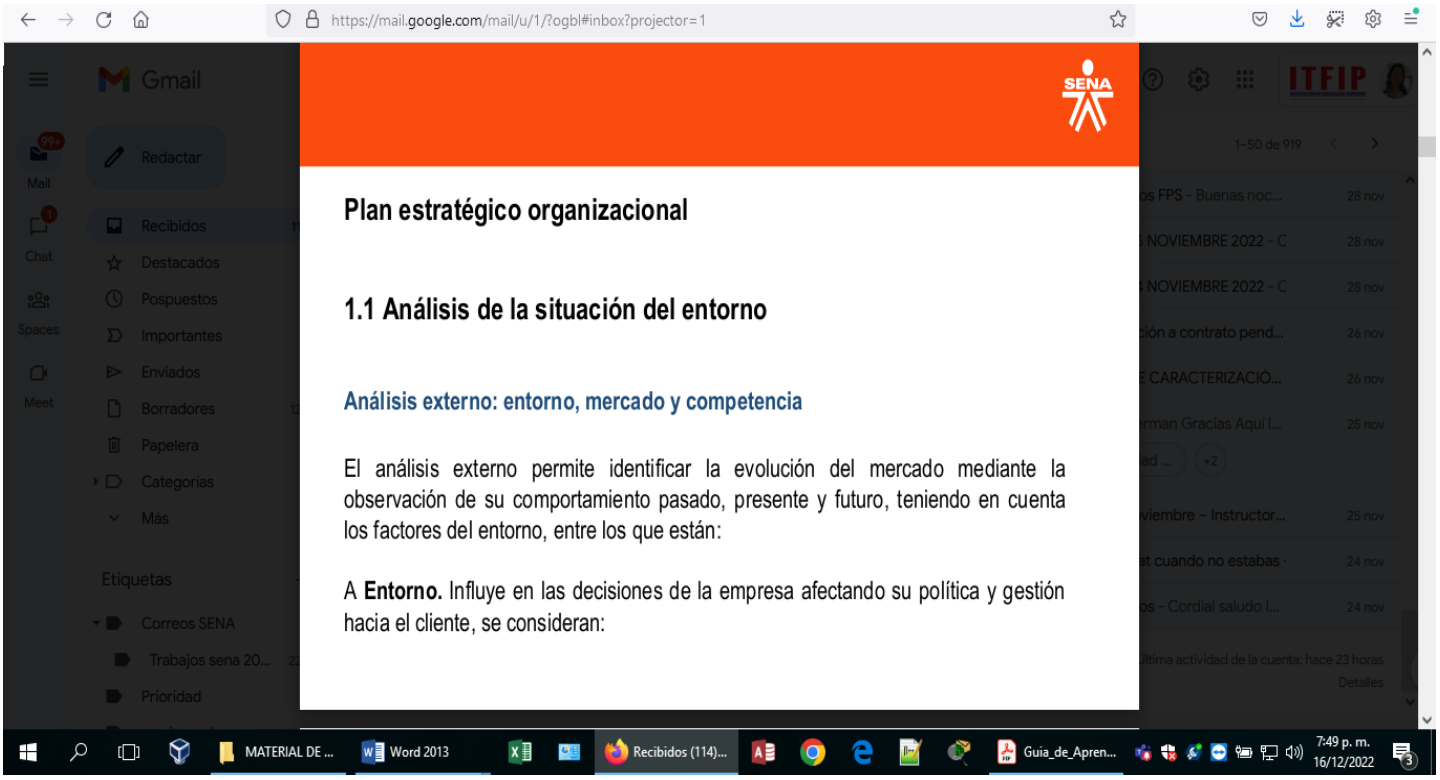
Seleccione una:

a. Marketing Avanzado.
b. Marketing.
c. Marketing Audit. ✓

FOTOS



TALLERES Y DEMAS EVIDENCIAS DE FICHA 2690786



https://mail.google.com/mail/u/1/?ogbl#inbox?projector=1

EXPOSICION UNIDAD 1.ppt

Abrir con Presentaciones de Go...

Análisis FLOR - PESTEL- CAME

A **FLOR:** el término es el acrónimo de Fortalezas, Limitaciones, Oportunidades y Retos.



Página 9 de 27

MATERIAL DE ... | Word 2013 | Recibidos (114)... | Guia_de_Apren... | 7:49 p. m. 16/12/2022

3 4 5 6 7

Clientes eventuales: son personas que compran ocasionalmente a la organización y, de igual manera, a la competencia. La organización no resulta ser su principal proveedor.

Clientes habituales: son personas que compran de forma repetida pero también compran en otras empresas.

Clientes exclusivos: son personas que siempre compran a la misma organización. No compran a los competidores del sector.



EVALUACIONES

Estudio piloto de mercado

Tabla 3 Análisis FODA

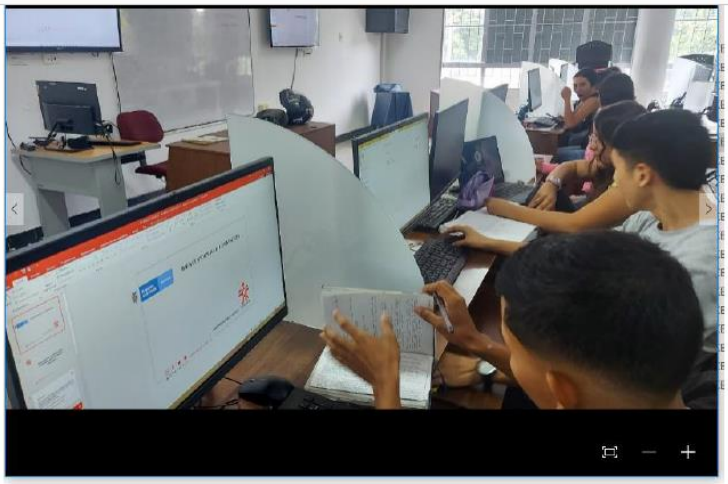
Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Equipo humano bien entrenado, capacitado y experimentado en el área de las ventas	En cuanto a las oportunidades, la empresa posee las descritas a continuación:	No presenta una buena estrategia de mercadotecnia que permita conocer las fortalezas del sector.	El cierre de muchas empresas proveedoras de equipos y repuestos inciden en el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos.
Buena atención que tienen hacia los clientes externos.	No existen en el mercado la atención de la empresa.	Falta de publicidad.	La actual crisis económica en la cual se ve envuelto el país, genera que el público busque optar por opciones económicas o al aire libre al momento de ejercitarse.
La identidad de la empresa permite establecer una conexión directa con el público, ya que refleja la cultura en Barranquilla	Existe en el mercado una tendencia creciente hacia un estilo de vida de vestir bien, preocupado por la condición visual.	La imagen no es acorde a la empresa.	La escasez de productos de necesidades básicas en el mercado puede provocar que baje la calidad en el mantenimiento de las instalaciones

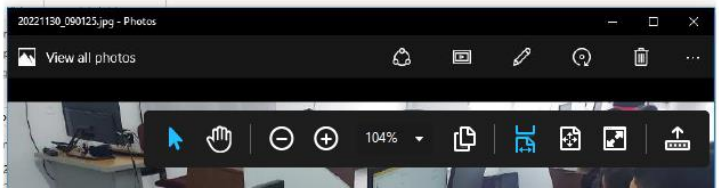
EVALUACION DEL MENSAJE PUBLICITARIO:

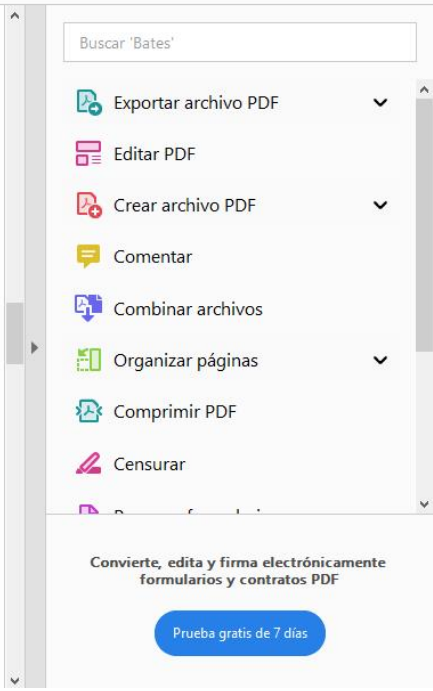
TELEVISION, RADIO Y MEDIOS IMPRESOS

A	ASPECTOS GENERALES QUE SE APLICAN A TODOS LOS MEDIOS	SÍ	NO
1	El mensaje utilizado o propuesto, ¿responde con claridad a los objetivos de marketing y a la estrategia publicitaria?		
2	¿Se puede percibir en él, con toda claridad, la existencia de un argumento o proposición de venta capaz de producir el deseo de comprar?		
3	El argumento, ¿cumple con las condiciones de significación (importancia para el público objetivo), credibilidad y estimulación?		
4	El mensaje promocional, ¿está centrado en el producto o servicio y en lo que puede hacer por el consumidor o usuario?		
5	¿Está elaborado pensando en el consumidor o usuario y en sus hábitos de uso o consumo?		
6	¿Se corresponde con la información disponible sobre hábitos, actitudes, expectativas, necesidades, preferencias, de los consumidores o usuarios?		
7	¿Existe una razón lógica, concreta y específica que sustente el argumento de venta?		

FOTOS

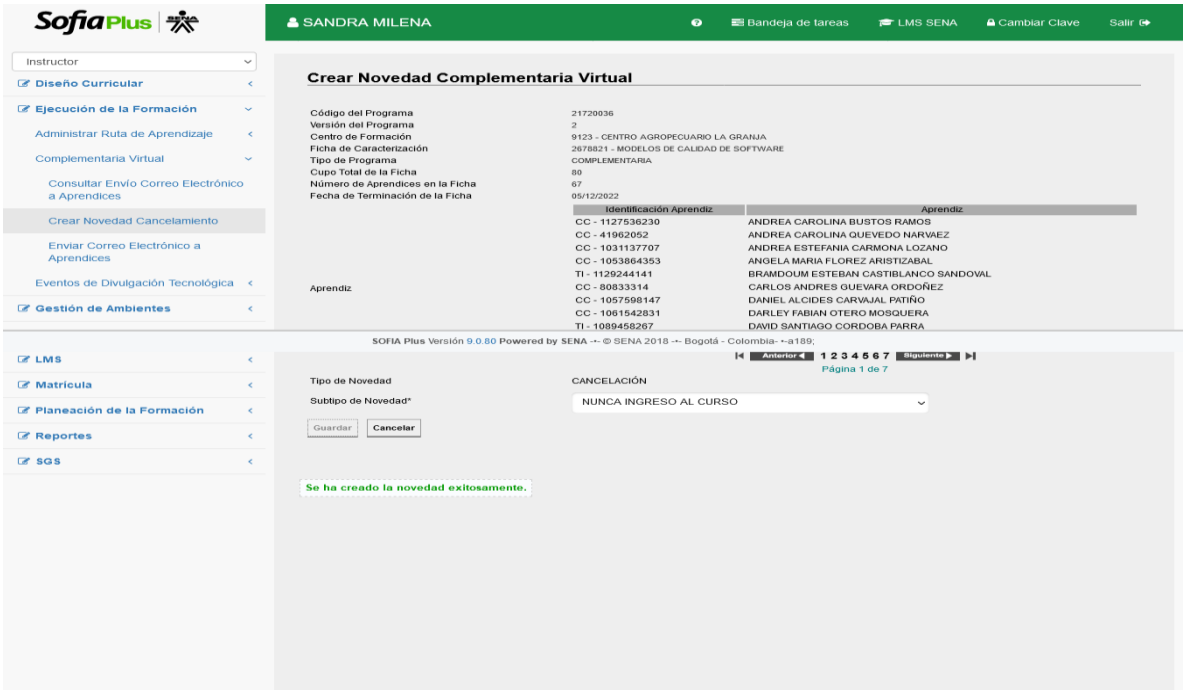



20221130_090125.jpg - Photos
View all photos
104%

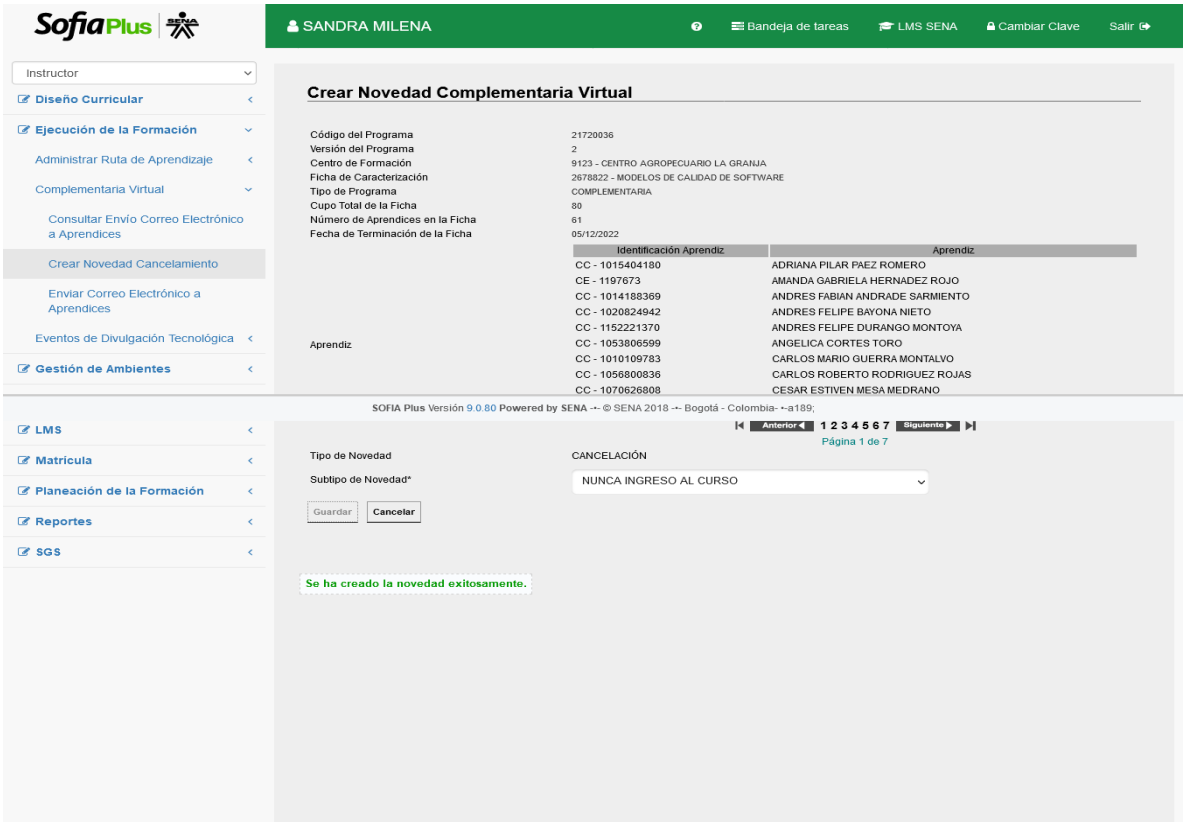

Buscar 'Bates'
Exportar archivo PDF
Editar PDF
Crear archivo PDF
Comentar
Combinar archivos
Organizar páginas
Comprimir PDF
Censurar
Convierte, edita y firma electrónicamente formularios y contratos PDF
Prueba gratis de 7 días

FASE DE CIERRE

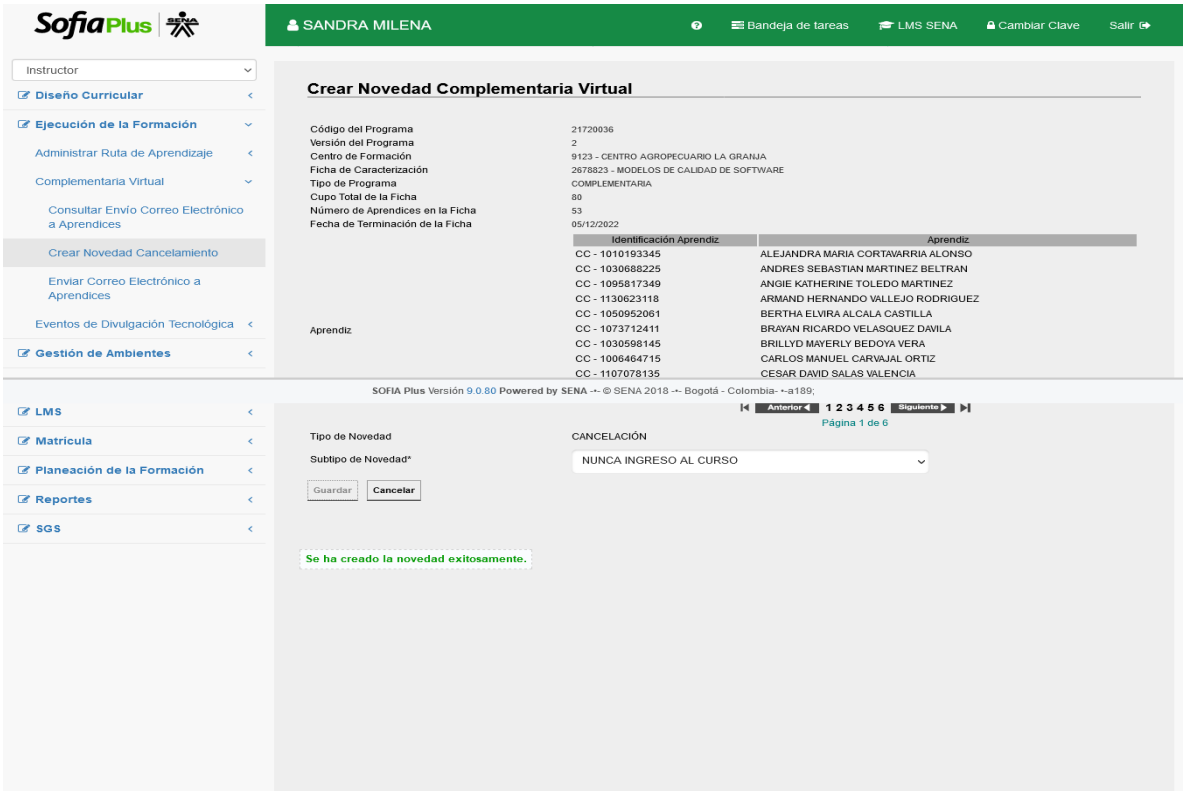
CURSO 1 COMPLEMENTARIA -NOVEDAD DE CANCELAMIENTO 2678821



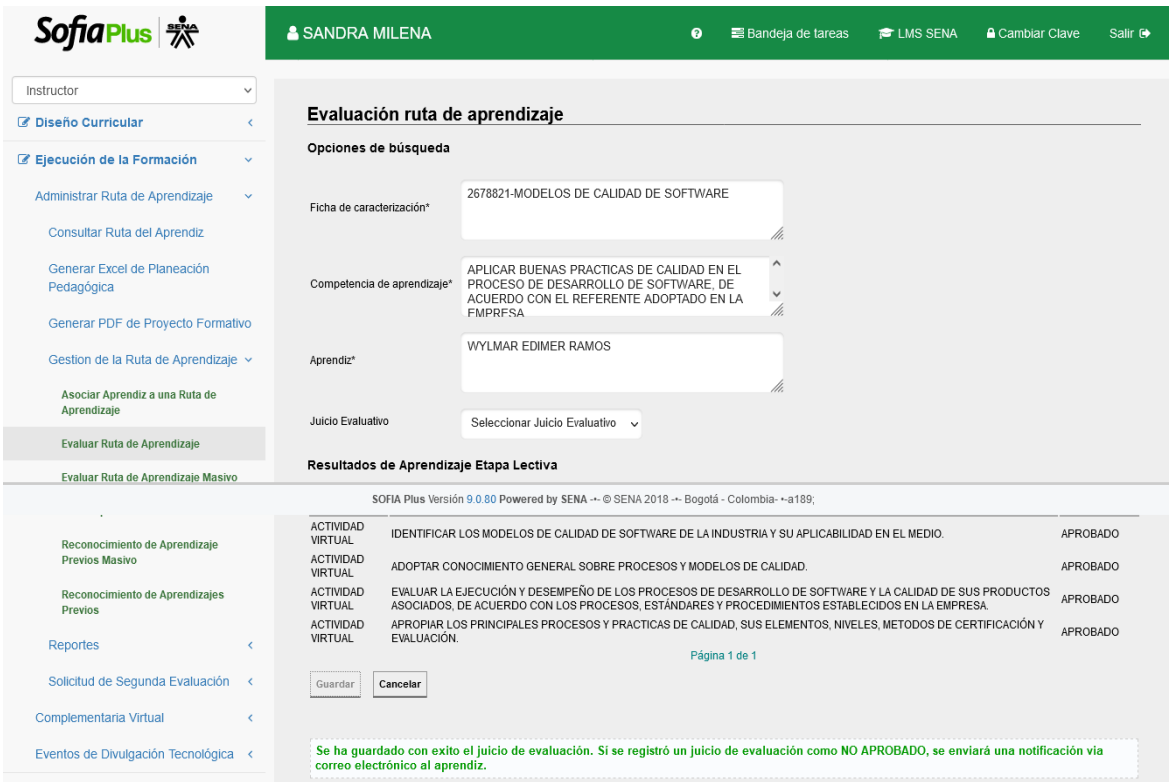
CURSO 2 COMPLEMENTARIA -NOVEDAD DE CANCELAMIENTO 2678822



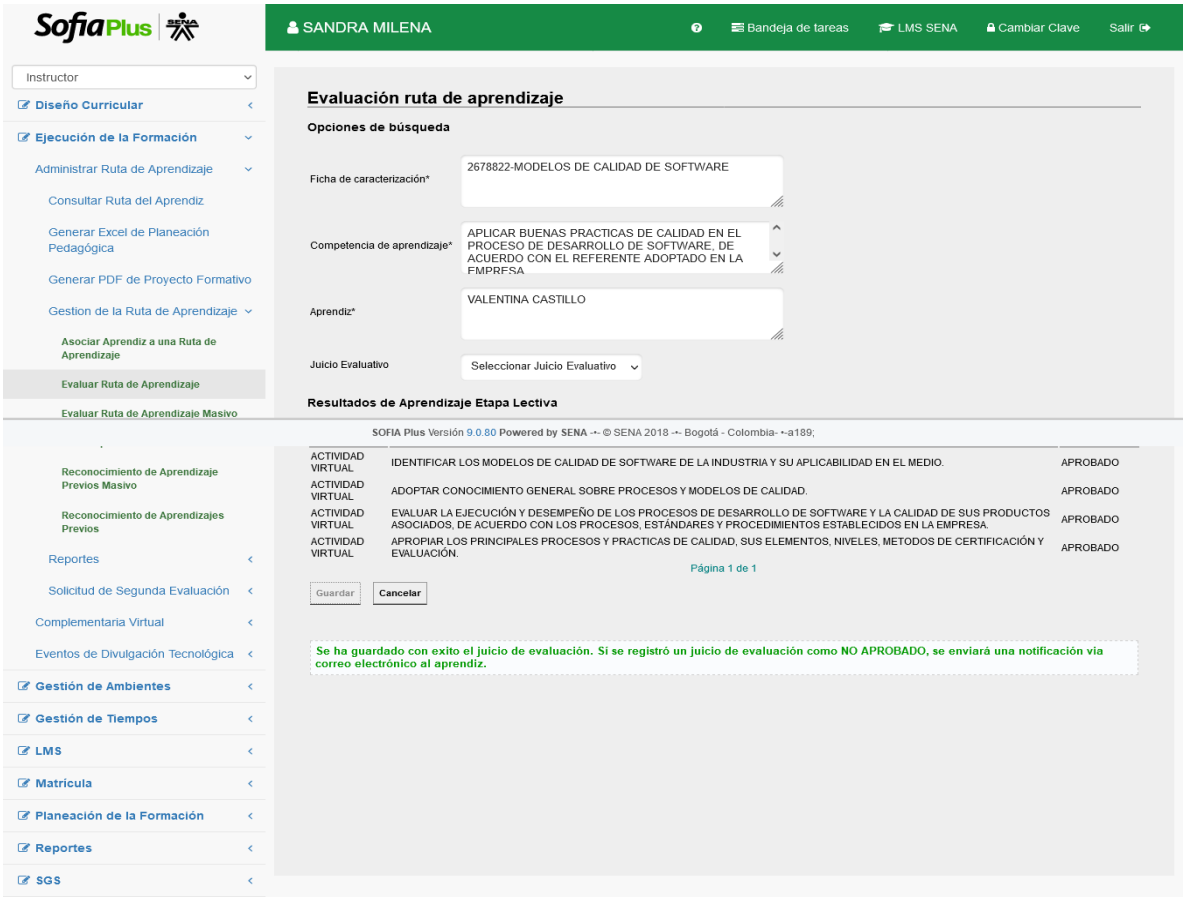
CURSO 3 COMPLEMENTARIA -NOVEDAD DE CANCELAMIENTO 2678823



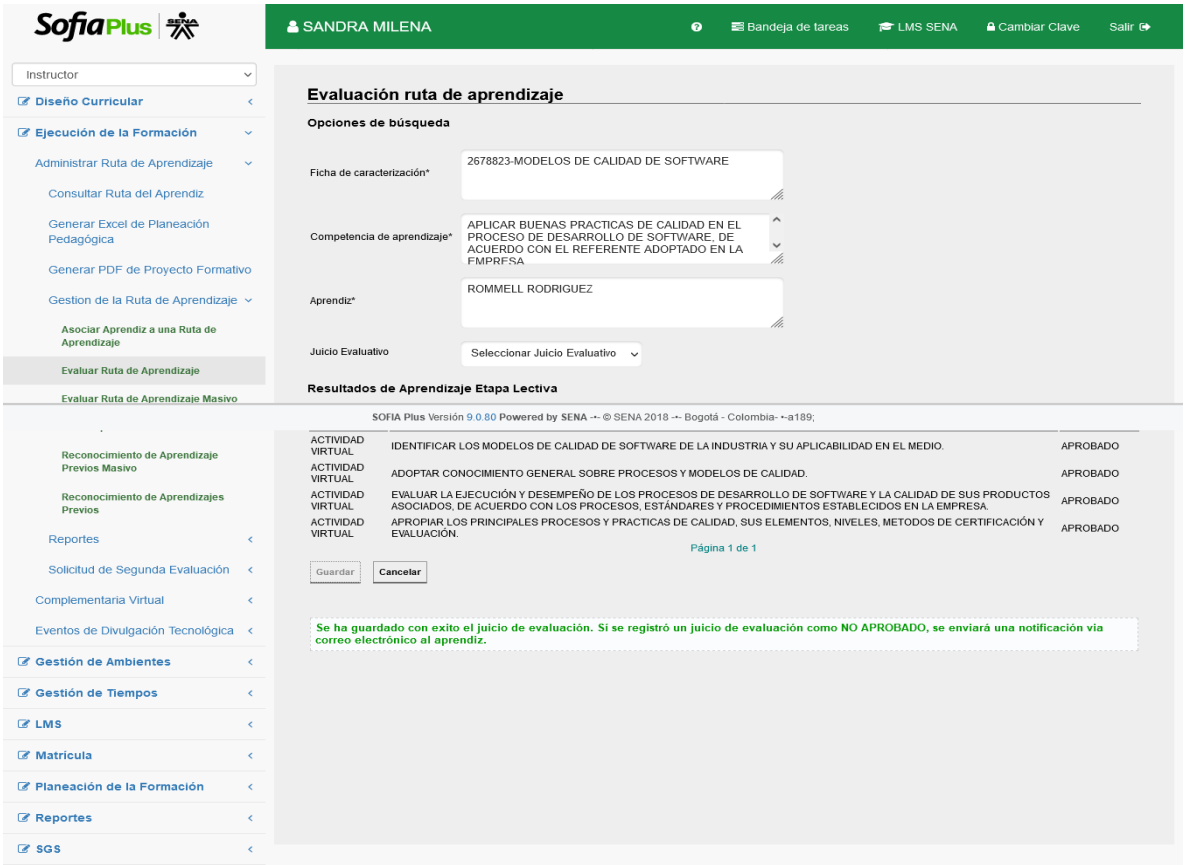
CURSO 1 COMPLEMENTARIA -ASIGNACION DE JUICIOS 2678821



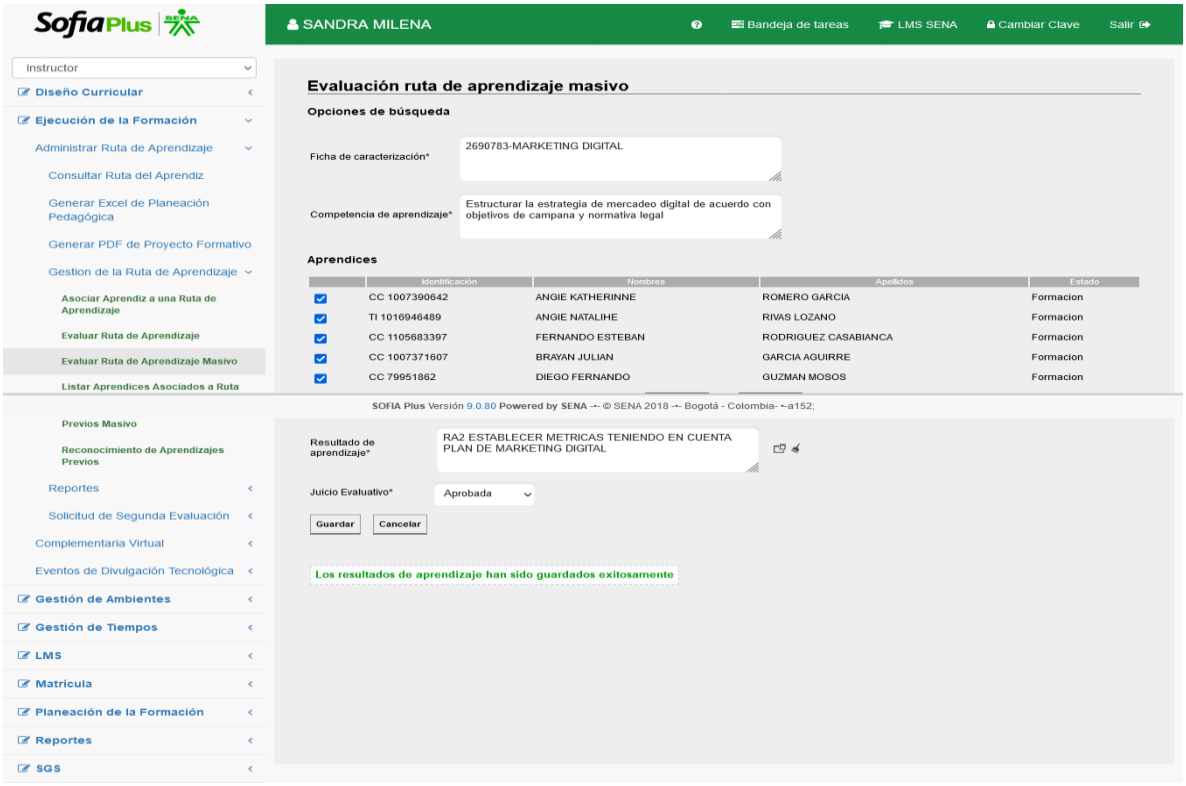
CURSO 2 COMPLEMENTARIA -ASIGNACION DE JUICIOS 2678822



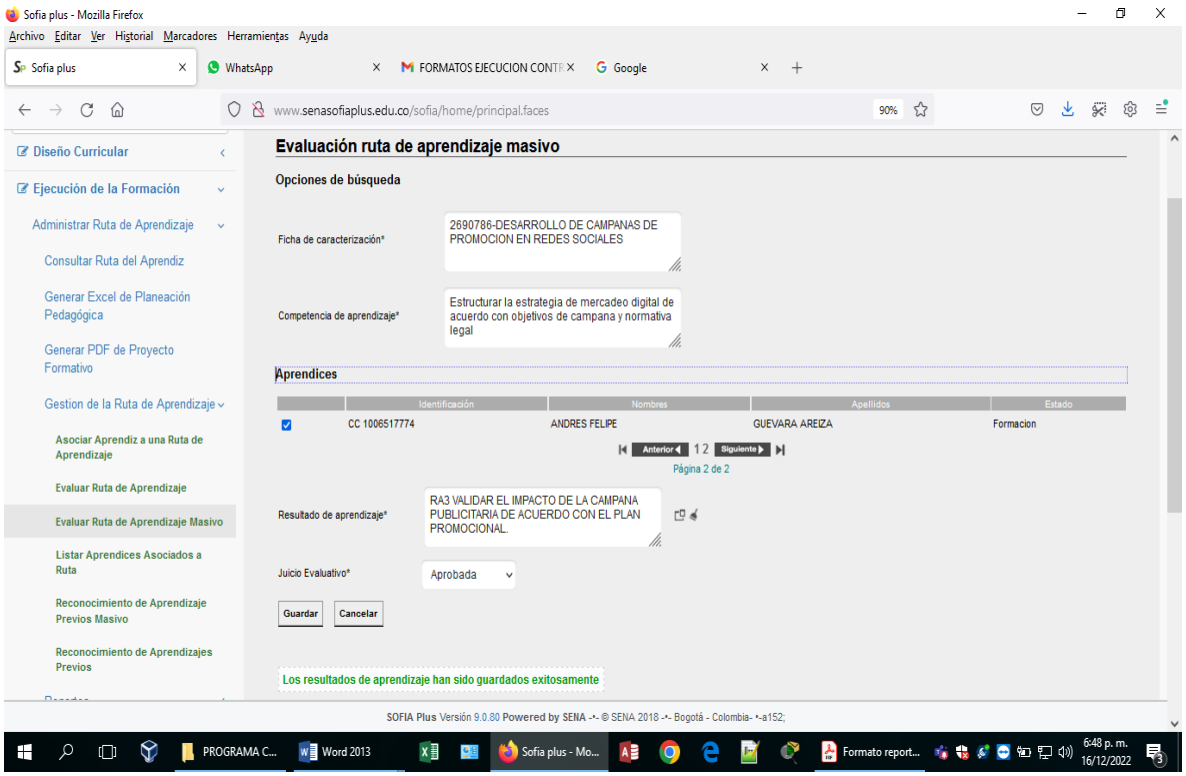
CURSO 3 COMPLEMENTARIA -ASIGNACION DE JUICIOS 2678823



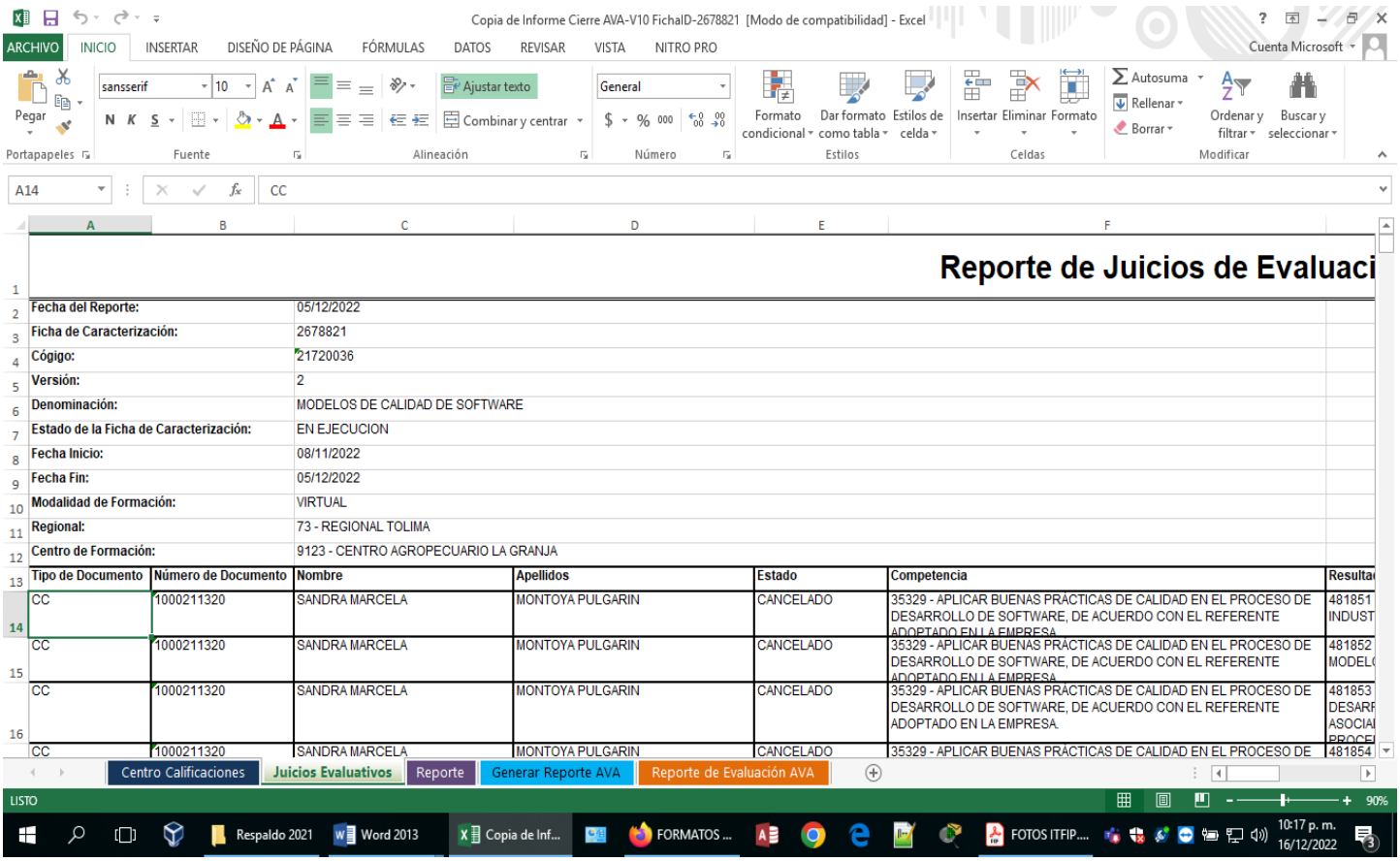
CURSO 4 COMPLEMENTARIA -ASIGNACION DE JUICIOS 2690783



CURSO 5 COMPLEMENTARIA -ASIGNACION DE JUICIOS 2690786



CURSO 1 COMPLEMENTARIA- REPORTE DE JUICIOS 2678821



Copia de Informe Cierre AVA-V10 FichaID-2678821 [Modo de compatibilidad] - Excel

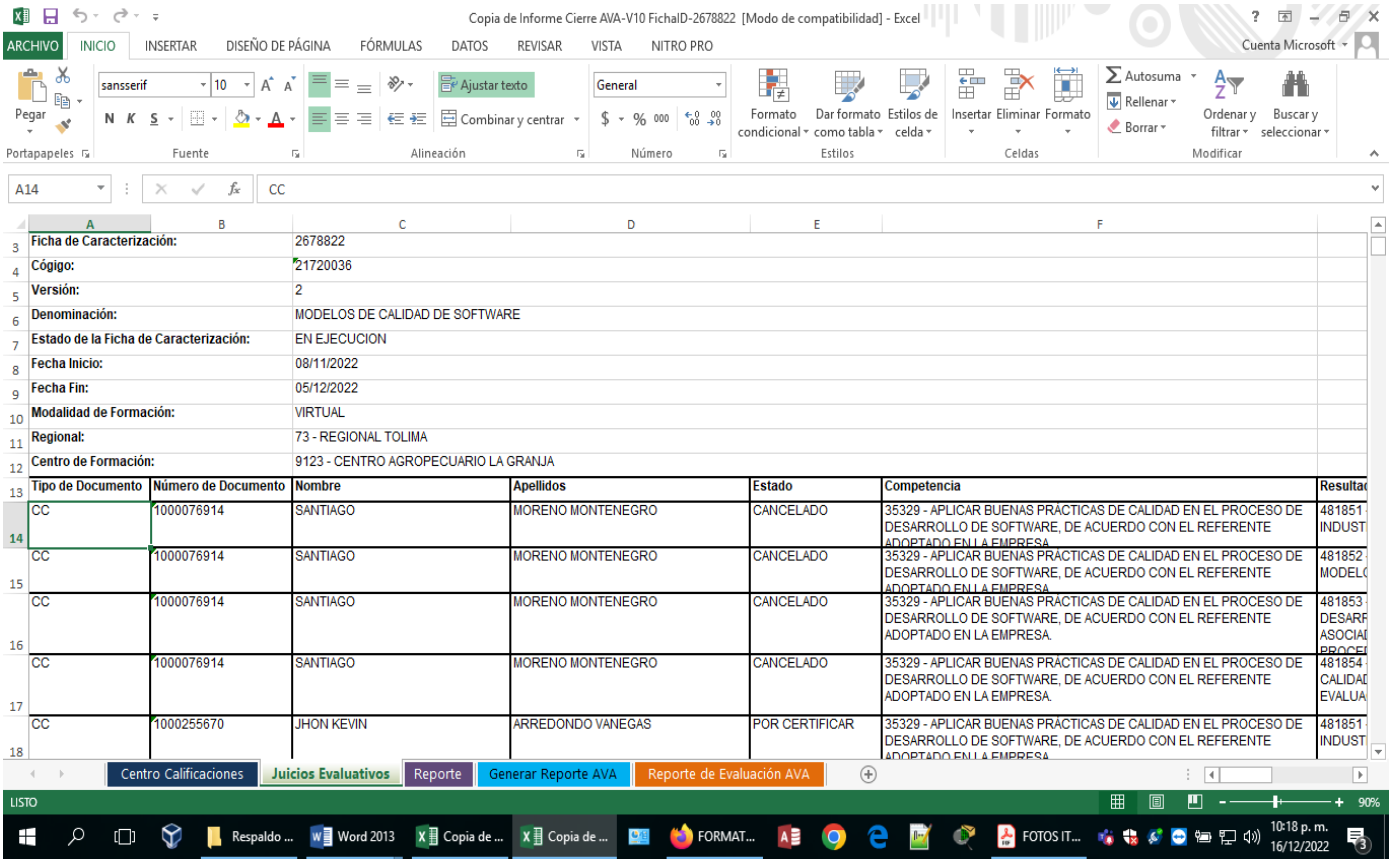
Reporte de Juicios de Evaluaci

Fecha del Reporte:	05/12/2022
Ficha de Caracterización:	2678821
Cógigo:	21720036
Versión:	2
Denominación:	MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	08/11/2022
Fecha Fin:	05/12/2022
Modalidad de Formación:	VIRTUAL
Regional:	73 - REGIONAL TOLIMA
Centro de Formación:	9123 - CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resulta
CC	1000211320	SANDRA MARCELA	MONTOYA PULGARIN	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA	481851 INDUST
CC	1000211320	SANDRA MARCELA	MONTOYA PULGARIN	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA	481852 MODEL
CC	1000211320	SANDRA MARCELA	MONTOYA PULGARIN	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481853 DESARR ASOCIA
CC	1000211320	SANDRA MARCELA	MONTOYA PULGARIN	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE	481854

Centro Calificaciones | Juicios Evaluativos | Reporte | Generar Reporte AVA | Reporte de Evaluación AVA

CURSO 2 COMPLEMENTARIA -REPORTE DE JUICIOS 2678822



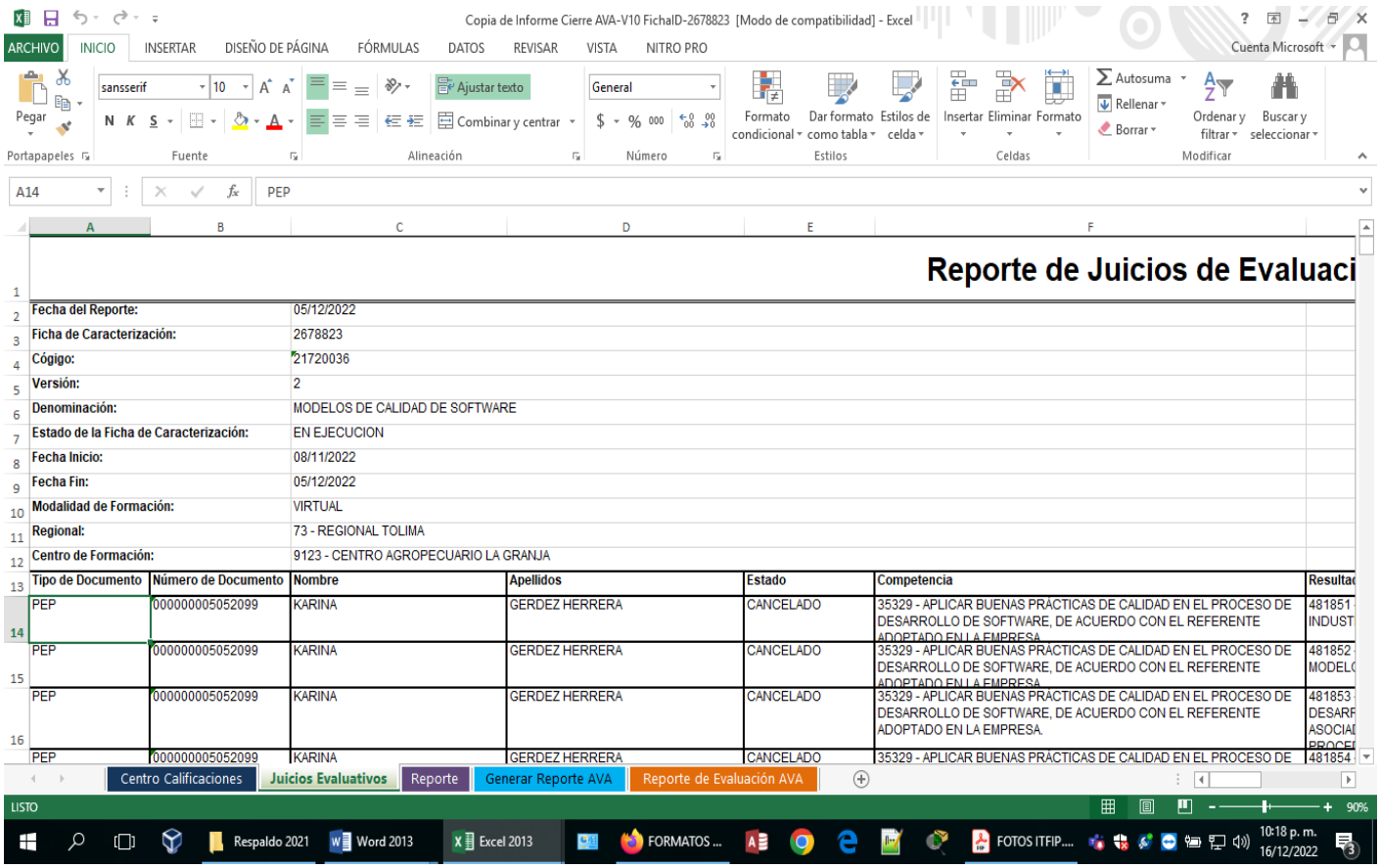
Copia de Informe Cierre AVA-V10 FichaID-2678822 [Modo de compatibilidad] - Excel

Ficha de Caracterización:	2678822
Cógigo:	21720036
Versión:	2
Denominación:	MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	08/11/2022
Fecha Fin:	05/12/2022
Modalidad de Formación:	VIRTUAL
Regional:	73 - REGIONAL TOLIMA
Centro de Formación:	9123 - CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resulta
CC	1000076914	SANTIAGO	MORENO MONTENEGRO	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA	481851 INDUST
CC	1000076914	SANTIAGO	MORENO MONTENEGRO	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA	481852 MODEL
CC	1000076914	SANTIAGO	MORENO MONTENEGRO	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481853 DESARR ASOCIA
CC	1000076914	SANTIAGO	MORENO MONTENEGRO	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481854 CALIDA EVALUA
CC	1000255670	JHON KEVIN	ARREDONDO VANEGAS	POR CERTIFICAR	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA	481851 INDUST

Centro Calificaciones | Juicios Evaluativos | Reporte | Generar Reporte AVA | Reporte de Evaluación AVA

CURSO 3 COMPLEMENTARIA -REPORTE DE JUICIOS 2678823

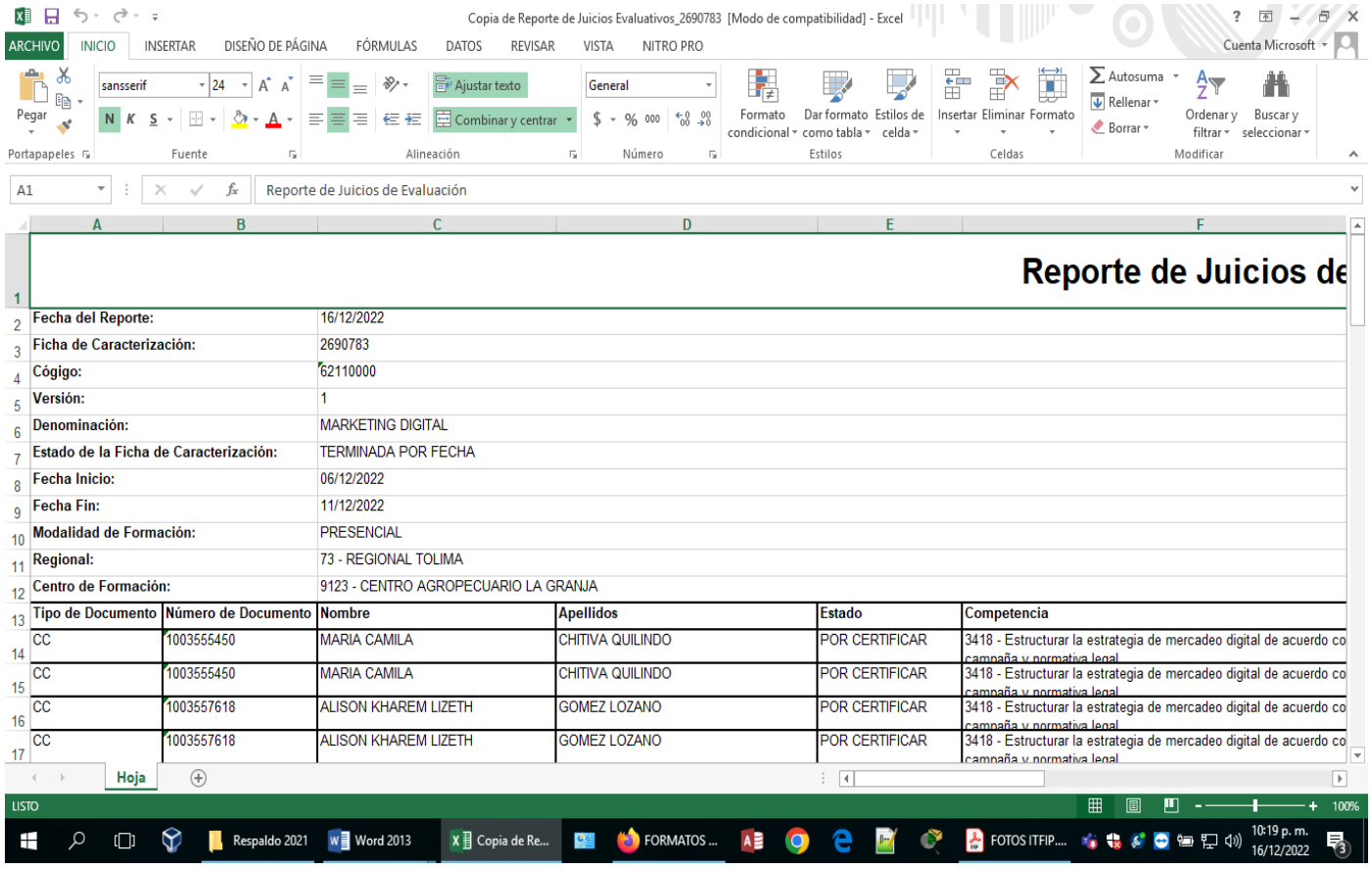


Copia de Informe Cierre AVA-V10 FichaID-2678823 [Modo de compatibilidad] - Excel

Fecha del Reporte:	05/12/2022
Ficha de Caracterización:	2678823
Cógigo:	21720036
Versión:	2
Denominación:	MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	08/11/2022
Fecha Fin:	05/12/2022
Modalidad de Formación:	VIRTUAL
Regional:	73 - REGIONAL TOLIMA
Centro de Formación:	9123 - CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia	Resultac
PEP	000000005052099	KARINA	GERDEZ HERRERA	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481851 INDUST
PEP	000000005052099	KARINA	GERDEZ HERRERA	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481852 MODEL(
PEP	000000005052099	KARINA	GERDEZ HERRERA	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.	481853 DESARF ASOCIAI PROCE
PEP	000000005052099	KARINA	GERDEZ HERRERA	CANCELADO	35329 - APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE	481854

CURSO 4 COMPLEMENTARIA -REPORTE DE JUICIOS 2690783

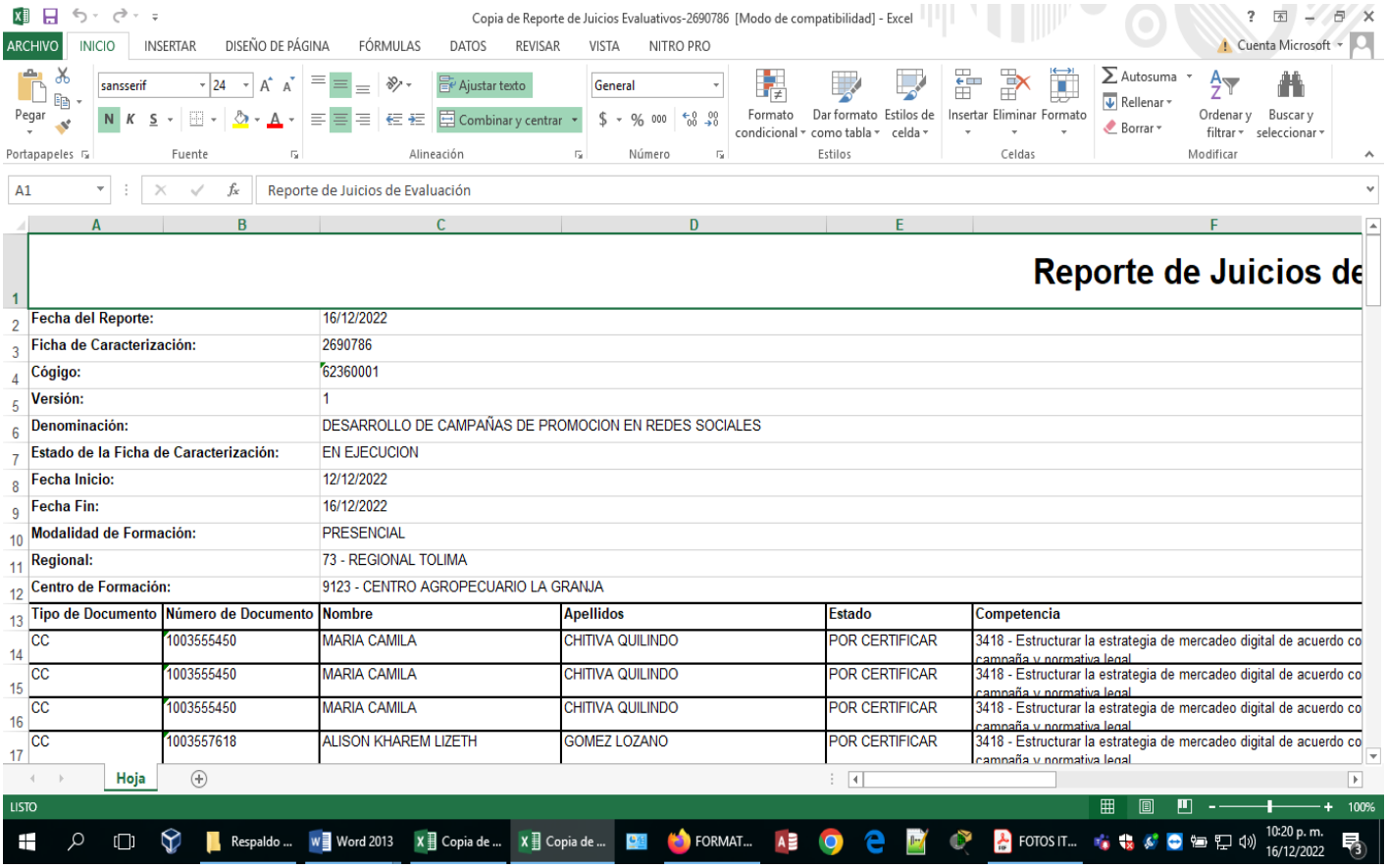


Copia de Reporte de Juicios Evaluativos_2690783 [Modo de compatibilidad] - Excel

Fecha del Reporte:	16/12/2022
Ficha de Caracterización:	2690783
Cógigo:	62110000
Versión:	1
Denominación:	MARKETING DIGITAL
Estado de la Ficha de Caracterización:	TERMINADA POR FECHA
Fecha Inicio:	06/12/2022
Fecha Fin:	11/12/2022
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	73 - REGIONAL TOLIMA
Centro de Formación:	9123 - CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia
CC	1003555450	MARIA CAMILA	CHITIVA QUILINDO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003555450	MARIA CAMILA	CHITIVA QUILINDO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003557618	ALISON KHAREM LIZETH	GOMEZ LOZANO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003557618	ALISON KHAREM LIZETH	GOMEZ LOZANO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal

CURSO 5 COMPLEMENTARIA -REPORTE DE JUICIOS 2690786



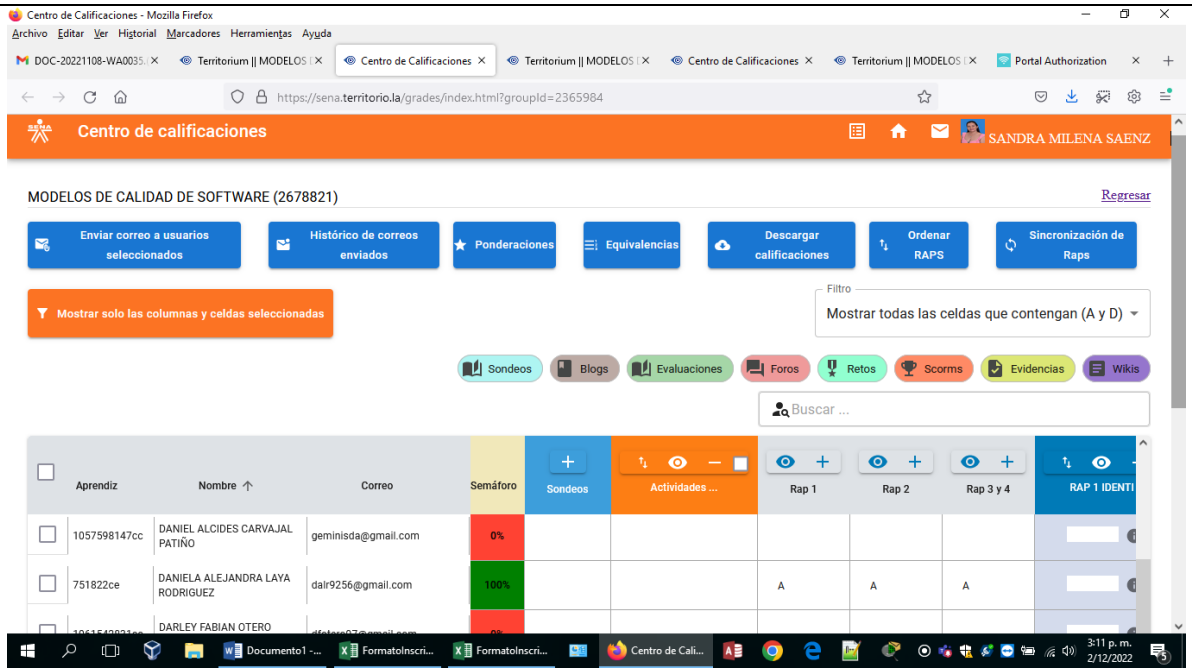
Copia de Reporte de Juicios Evaluativos-2690786 [Modo de compatibilidad] - Excel

Reporte de Juicios de Evaluación

Fecha del Reporte:	16/12/2022
Ficha de Caracterización:	2690786
Cógigo:	62360001
Versión:	1
Denominación:	DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES
Estado de la Ficha de Caracterización:	EN EJECUCION
Fecha Inicio:	12/12/2022
Fecha Fin:	16/12/2022
Modalidad de Formación:	PRESENCIAL
Regional:	73 - REGIONAL TOLIMA
Centro de Formación:	9123 - CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

Tipo de Documento	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Estado	Competencia
CC	1003555450	MARIA CAMILA	CHITIVA QUILINDO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003555450	MARIA CAMILA	CHITIVA QUILINDO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003555450	MARIA CAMILA	CHITIVA QUILINDO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal
CC	1003557618	ALISON KHAREM LIZETH	GOMEZ LOZANO	POR CERTIFICAR	3418 - Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo co campaña y normativa legal

CURSO 1 COMPLEMENTARIA – CENTRO DE CALIFICACIONES ID 2678821



Centro de Calificaciones - Mozilla Firefox

https://sena.territorio.la/grades/index.html?groupId=2365984

Centro de calificaciones

SANDRA MILENA SAENZ

MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE (2678821)

Regresar

Enviar correo a usuarios seleccionados | Histórico de correos enviados | Ponderaciones | Equivalencias | Descargar calificaciones | Ordenar RAPS | Sincronización de Raps

Mostrar solo las columnas y celdas seleccionadas

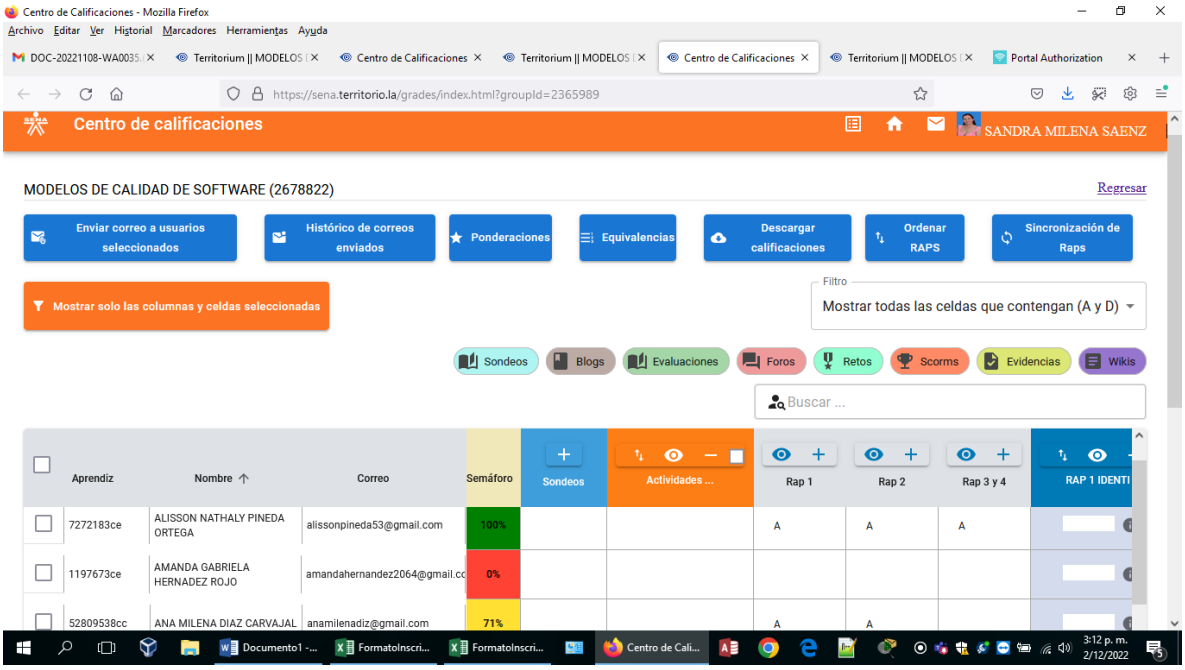
Filtro: Mostrar todas las celdas que contengan (A y D)

Sondeos | Blogs | Evaluaciones | Foros | Retos | Scorms | Evidencias | Wikis

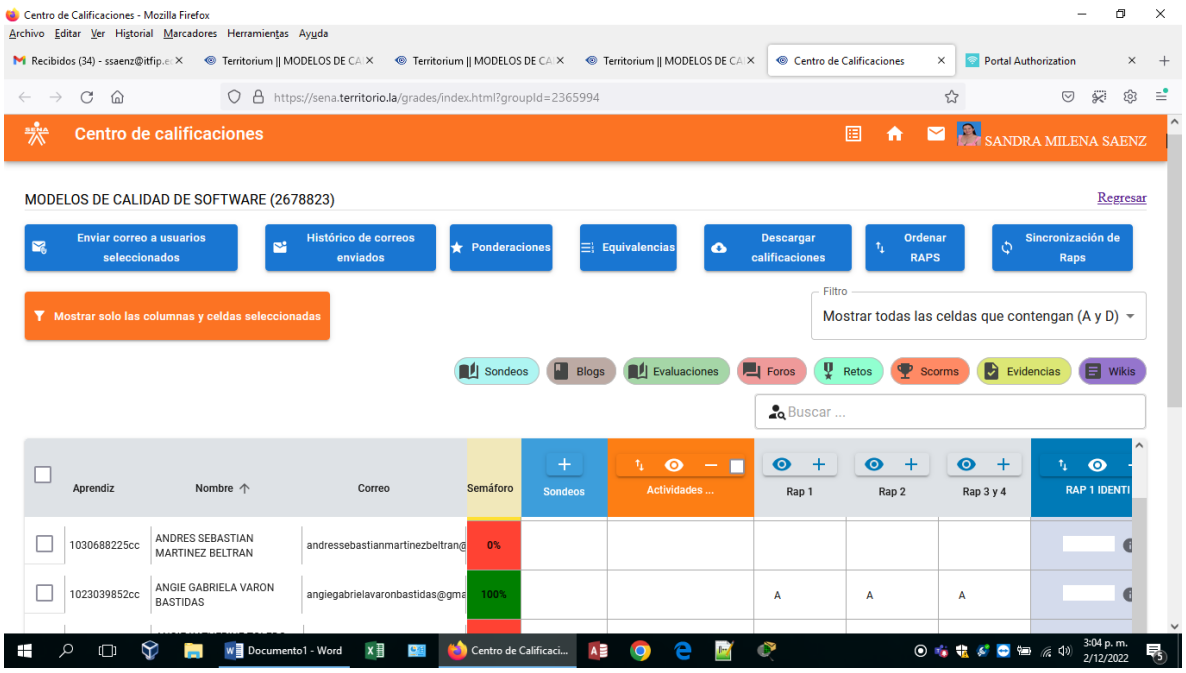
Buscar ...

Aprendiz	Nombre	Correo	Semáforo	Sondeos	Actividades ...	Rap 1	Rap 2	Rap 3 y 4	RAP 1 IDENTI
1057598147cc	DANIEL ALCIDES CARVAJAL PATIÑO	geminisda@gmail.com	0%						
751822ce	DANIELA ALEJANDRA LAYA RODRIGUEZ	dalr9256@gmail.com	100%			A	A	A	
	DARLEY FABIAN OTERO								

CURSO 2 COMPLEMENTARIA – CENTRO DE CALIFICACIONES ID 2678822

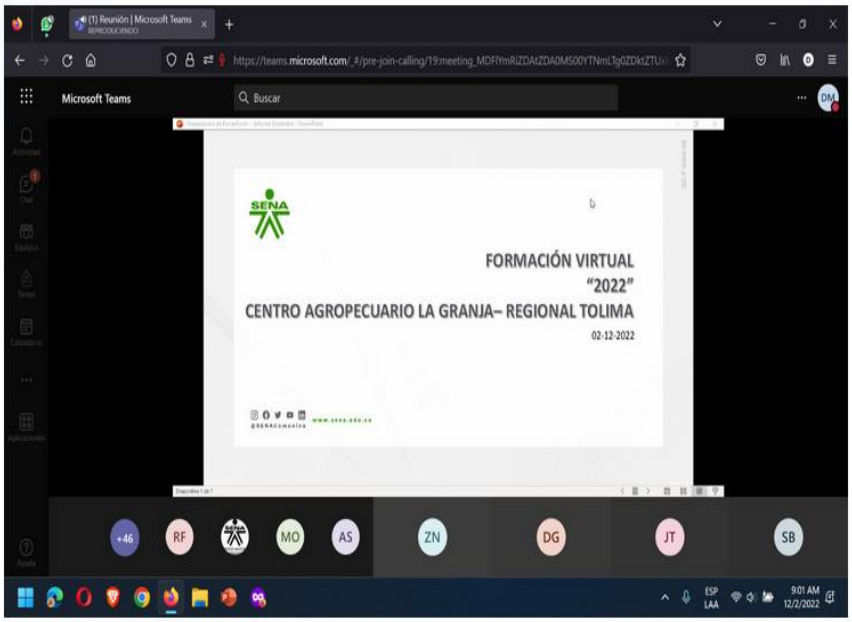


CURSO 3 COMPLEMENTARIA – CENTRO DE CALIFICACIONES ID 2678823



REUNIÓN

02/12/2022 – 9:00AM



FICHAS PROGRAMADAS

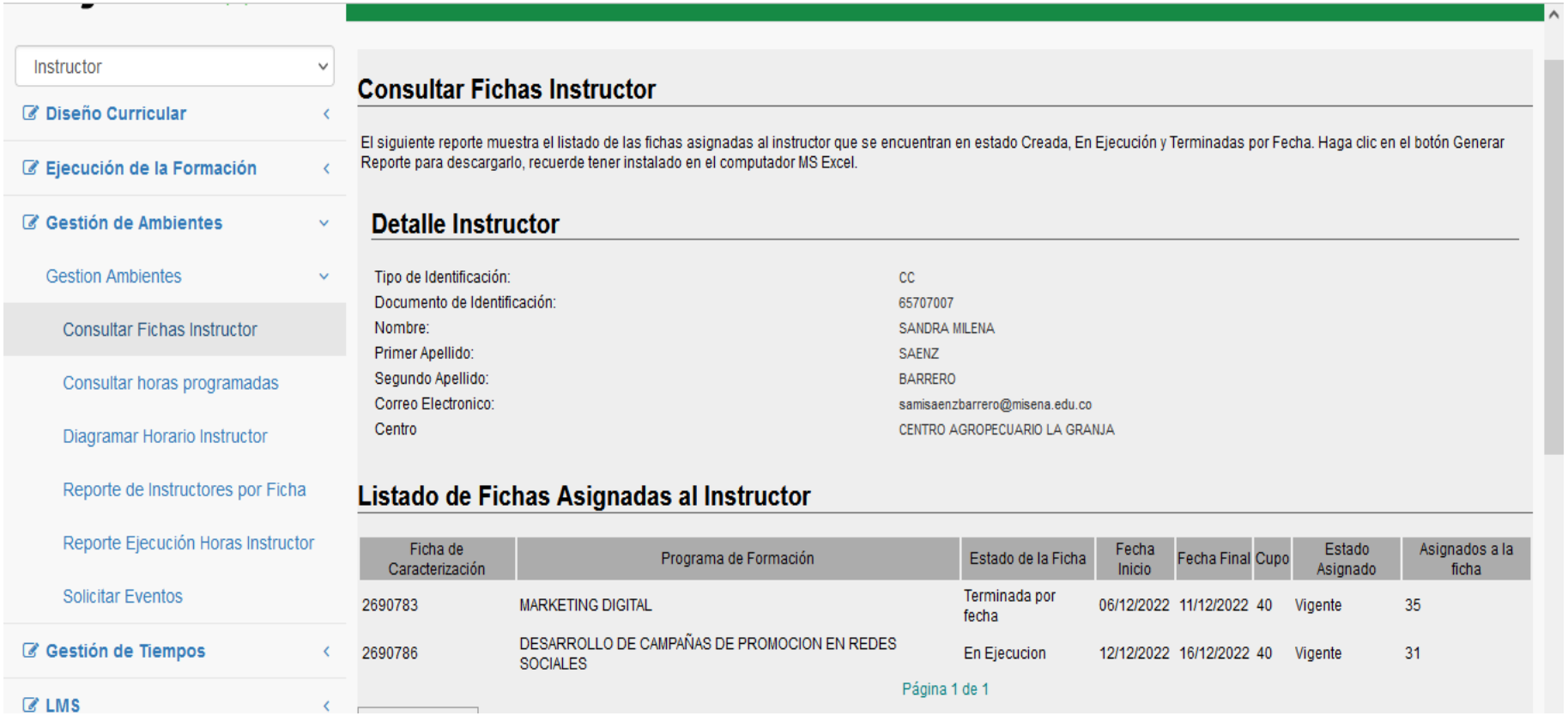
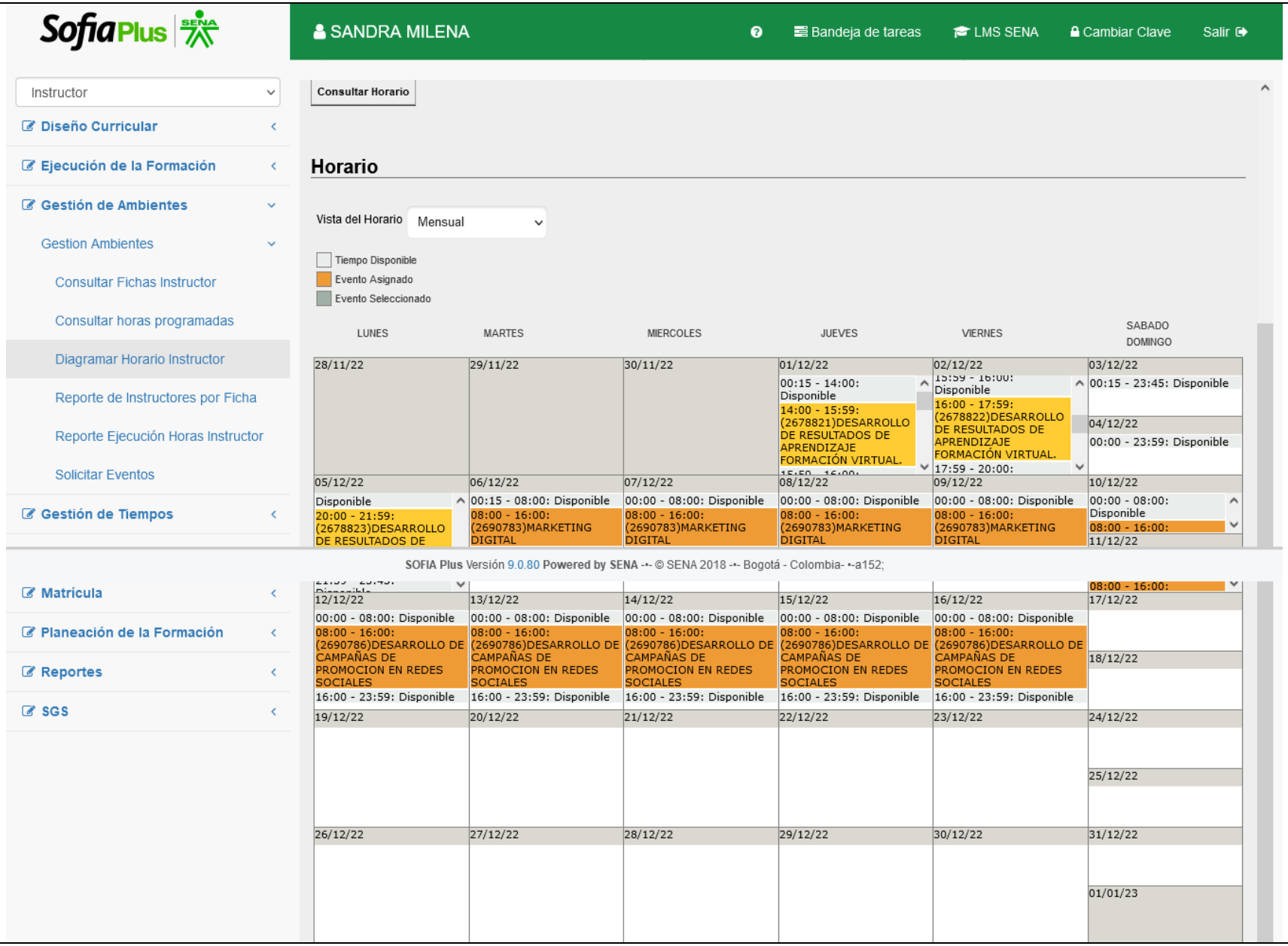


DIAGRAMA DE PROGRAMACIÓN



TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: SANDRA MILENA SAENZ BARRERO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

FECHA INICIAL: 01/12/2022 00:00:00

FECHA FINAL: 16/12/2022 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2690783 - MARKETING DIGITAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 48,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2690786 - DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE PROMOCION EN REDES SOCIALES

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA1 RECONOCER HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA MARCA.

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

RA2 ESTRUCTURAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES SEGÚN SU OBJETIVO COMERCIAL.

RA3 VALIDAR EL IMPACTO DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE ACUERDO CON EL PLAN PROMOCIONAL.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 40,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2678823 - MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ADOPTAR CONOCIMIENTO GENERAL SOBRE PROCESOS Y MODELOS DE CALIDAD.

APROPIAR LOS PRINCIPALES PROCESOS Y PRACTICAS DE CALIDAD, SUS ELEMENTOS, NIVELES, METODOS DE CERTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN.

EVALUAR LA EJECUCIÓN Y DESEMPEÑO DE LOS PROCESOS DE DESARROLLO DE SOFTWARE Y LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS ASOCIADOS, DE ACUERDO CON LOS PROCESOS, ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN LA EMPRESA.

IDENTIFICAR LOS MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE DE LA INDUSTRIA Y SU APLICABILIDAD EN EL MEDIO.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 6,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2678821 - MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ADOPTAR CONOCIMIENTO GENERAL SOBRE PROCESOS Y MODELOS DE CALIDAD.

APROPIAR LOS PRINCIPALES PROCESOS Y PRACTICAS DE CALIDAD, SUS ELEMENTOS, NIVELES, METODOS DE CERTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN.

EVALUAR LA EJECUCIÓN Y DESEMPEÑO DE LOS PROCESOS DE DESARROLLO DE SOFTWARE Y LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS ASOCIADOS, DE ACUERDO CON LOS PROCESOS, ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN LA EMPRESA.

IDENTIFICAR LOS MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE DE LA INDUSTRIA Y SU APLICABILIDAD EN EL MEDIO.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 6,00

FICHA DE APRENDIZAJE: 2678822 - MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: APLICAR BUENAS PRÁCTICAS DE CALIDAD EN EL PROCESO DE DESARROLLO DE SOFTWARE, DE ACUERDO CON EL REFERENTE ADOPTADO EN LA EMPRESA.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

ADOPTAR CONOCIMIENTO GENERAL SOBRE PROCESOS Y MODELOS DE CALIDAD.

APROPIAR LOS PRINCIPALES PROCESOS Y PRACTICAS DE CALIDAD, SUS ELEMENTOS, NIVELES, METODOS DE CERTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN.

EVALUAR LA EJECUCIÓN Y DESEMPEÑO DE LOS PROCESOS DE DESARROLLO DE SOFTWARE Y LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS ASOCIADOS, DE ACUERDO CON LOS PROCESOS, ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS EN LA EMPRESA.

IDENTIFICAR LOS MODELOS DE CALIDAD DE SOFTWARE DE LA INDUSTRIA Y SU APLICABILIDAD EN EL MEDIO.

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 6,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS: 106,00

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS
01/12/2022	16/12/2022	DESARROLLO CURRICULAR	22,00

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	22,00

INSTRUCTOR: SANDRA MILENA SAENZ BARRERO

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

19122022JM61